

Prilagodba gastro ponude uvjetima izazvanim Covid-19 pandemijom

Barbir, Karlo

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Dubrovnik / Sveučilište u Dubrovniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:155:400011>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-27**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Dubrovnik](#)



SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU
ODJEL ZA EKONOMIJU I POSLOVNU EKONOMIJU

KARLO BARBIR

PRILAGODBA GASTRO PONUDE UVJETIMA IZAZVANIM
COVID-19 PANDEMIJOM

ADAPTATION OF THE GASTRO OFFER TO THE CONDITIONS
CAUSED BY THE COVID-19 PANDEMIC

ZAVRŠNI RAD

Dubrovnik, 2023.

SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU
ODJEL ZA EKONOMIJU I POSLOVNU EKONOMIJU

PRILAGODBA GASTRO PONUDE UVJETIMA IZAZVANIM
COVID-19 PANDEMIJOM
ADAPTATION OF THE GASTRO OFFER TO THE CONDITIONS
CAUSED BY THE COVID-19 PANDEMIC
ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Suvremene tendencije u prehrani
Studij: Hotelijerstvo, restoraterstvo i gastronomija
Vrsta studija: stručni
Razina: preddiplomski
Studijski smjer: restoraterstvo
Mentor: Marija Vezilić, dipl.ing., pred.
Student: Karlo Barbir
JMBAG: 0275070420

Dubrovnik, rujan 2023.

SAŽETAK

Pandemija COVID-19, koja je proglašena u ožujku 2020. godine, imala je značajan utjecaj na globalno gospodarstvo. U cilju zaštite zdravlja ljudi i sprečavanja širenja pandemije, većina država je uvela stroge mjere zabrane kretanja, okupljanja i putovanja. Medicinski potpuno opravdane, navedene mjere istovremeno negativno utječu na ekonomiju. Među najpogođenijim sektorima našli su se turizam i ugostiteljstvo.

U ovom radu se daje kratak prikaz utjecaja pandemije na nositelje gastro ponude te se analiziraju načini njihovog odgovora na izazove koje je donijelo „ново normalno“. Kako bi, kad im je to bilo omogućeno, nastavili svoje poslovanje i ponovo bili uspješni, ugostitelji su se morali prilagoditi promjenama na tržištu i novim zahtjevima klijenata. Zbog ograničenja u kretanju, straha od zaraze te zbog smanjenja ili izostanka prihoda, pala je i potražnja za hranom i ugostiteljskim uslugama. Prehrambene navike klijenata su se promijenile te sada više traže kvalitetne obroke pripremljene od namirnica proizvedenih lokalno. Ugostitelji kreiraju nove jelovnike, a za njihovu prezentaciju se koriste moderna rješenja.

Kriza koju je izazvala bolest COVID-19 ubrzala je modernizaciju i digitalizaciju gastronomije. Pandemija je stvorila trendove koji i dalje nastavljaju živjeti. Nositelji gastro ponude koji mijenjaju svoje poslovanje u skladu s novim trendovima imaju veće šanse za uspjeh i razvoj, sada i ubuduće.

Ključne riječi: Pandemija, COVID-19, gastronomija, prehrambene navike, trendovi

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic, declared in March 2020, significantly impacted the global economy. In order to protect people's health and prevent the spread of the pandemic, most countries have introduced strict measures banning movement, gatherings and travel. Although medically completely justified, at the same time, these measures have a negative impact on the economy. Tourism and catering were among the most affected sectors.

This paper gives a brief overview of the impact the pandemic had on the holders of the gastronomic offer, as well as analyses the ways in which they responded to the challenges brought by the "new normal". In order to continue their business and be successful again when they were allowed to do so, restaurateurs had to adapt to the changes in the market and new demands of clients. Due to restrictions on movement, fear of infection and the reduction or absence of income, the interest in food and catering services also dropped. The clients' eating habits have changed, and now they look more for quality meals prepared from locally produced ingredients. Caterers create new menus and use modern solutions for their presentation.

The crisis caused by the disease COVID-19 accelerated the modernization and digitization of gastronomy. The pandemic created trends that continue to exist. Holders of the gastronomic offer who adapt their business activity to the new trends have a greater chance of success and development, now and in the future.

Key words: Pandemic, COVID-19, gastronomy, eating habits, trends

SADRŽAJ:

SAŽETAK.....	I
ABSTRACT	II
1. UVOD.....	1
1.1. Definicija rada	1
1.2. Svrha i ciljevi rada	1
1.3. Metodologija rada	1
1.4. Struktura rada.....	2
2. GASTRO PONUDA U UVJETIMA COVID-19 PANDEMIJE	3
2.1. Promjene na tržištu općenito	5
2.2. Promjene prehrambenih navika kod klijenata	7
2.2.1. Pozitivne promjene	8
2.2.2. Negativne promjene.....	9
2.3. Preporuke za prehranu tijekom bolesti COVID-19 i nakon nje	10
3. PRILAGODBA GASTRO PONUDE NOVIM ZAHTJEVIMA KLIJENATA	13
3.1. Prilagodba jelovnika	13
3.1.1. Kreiranje novih sadržaja jelovnika	14
3.1.2. Nova tehnička rješenja prezentacije jelovnika.....	16
3.2. Ostale promjene u poslovanju	18
3.2.1. Promjene u radu zaposlenika.....	21
3.2.3. Dostava i/ili preuzimanje gotovih jela.....	24
3.2.4. Bezgotovinsko plaćanje	26
3.3. Novi trendovi u gastronomiji kao posljedica pandemije	28
4. ZAKLJUČAK.....	31
LITERATURA.....	32
Popis tablica	34
Popis grafikona	34
IZJAVA O AUTORSTVU I IZVORNOSTI RADA	35

1. UVOD

Period u kojem sam studirao velikim dijelom se preklapio s vremenom pandemije COVID-19. U isto vrijeme sam imao priliku raditi u putničkoj agenciji, obaviti stručnu praksu u hotelu, a sad već skoro godinu dana radim dostavu za jedan ugostiteljski objekt. Sve navedeno je doprinijelo da za svoj završni rad izaberem temu koja će pokazati da je pandemija unijela značajne promjene u naše živote, u privatnom i poslovnom smislu.

1.1. Definicija rada

Tema ovog rada je analizirati izazove koje je pred nositelje gastro ponude postavila pandemija COVID-19 te analizirati njihov odgovor na iste. U radu pratimo kako su ugostitelji mijenjali svoje poslovanje za vrijeme pandemije, s ciljem da opstanu, dočekaju vrijeme kada će se opet moći baviti svojom djelatnošću i pri tome biti što konkurentniji.

1.2. Svrha i ciljevi rada

Svrha ovog rada je prezentiranje utjecaja COVID-19 pandemije na gastro ponudu koja je izuzetno teško pogođena promjenama koje je pandemija izazvala. Prikupljanjem informacija iz različitih izvora, na jednom mjestu se objedinjuju različita rješenja kojima su oni ugostitelji koji su uopće uspjeli opstati na tržištu, nastojali što uspješnije nastaviti poslovanje nakon ponovnog otvaranja.

Krajnji cilj je istaknuti činjenicu da je pandemija ubrzala prilagodbu gastronomije digitalnom dobu i na jednom mjestu prikazati korisna rješenja za unapređenje poslovanja te istaknuti uočene nove trendove u poslovanju nositelja gastro ponude.

1.3. Metodologija rada

U nastajanju ovog rada korišteni su podatci iz domaće i strane literature. S obzirom na relativno mali broj objavljenih relevantnih članaka u velikoj mjeri sam, oprezno i odgovorno, prikupljao informacije s interneta.

Pri obradi prikupljenih podataka koristio sam se, kako je uobičajeno, metodama analize, sinteze, kompilacije i deskripcije. U pojedinim poglavljima koristio sam i statističke podatke prikazane u grafovima.

U rad sam unio vlastita zapažanja; temeljena na privatnom iskustvu života u vrijeme pandemije te na praksi odrađenoj u hotelu, a prvenstveno na iskustvu rada na poslovima dostave gotovih jela. Navedeno sam popratio fotografijama, neke od njih sam osobno snimio.

1.4. Struktura rada

Rad je podijeljen u četiri poglavlja koja čine zaokruženu cjelinu.

Prva cjelina je uvod. U njemu se kao svrha rada definira prezentiranje utjecaja COVID-19 pandemije na nositelje gastro ponude a kao krajnji cilj se ističe činjenica da je ta kriza ubrzala modernizaciju gastronomije. U uvodu je također opisana metodologija izrade rada.

U drugoj cjelini se prikazuje stanje gastro ponude u uvjetima COVID-19 pandemije, navode se promjene općenito na tržištu te posebno novi obrasci ponašanja klijenata vezano za njihove prehrambene navike.

U trećoj cjelini je obrađena prilagodba gastro ponude novim zahtjevima klijenata. Unutar te cjeline, analizirana je prilagodba jelovnika te su također navedene ostale promjene u poslovanju, koje su bile nužne u određenim fazama pandemije. Poseban naglasak je stavljen na uočavanje novih trendova u gastronomiji koji, iako potaknuti bolešću COVID-19, nastavljaju živjeti i ubuduće.

Četvrti dio rada je zaključak. U njemu su prikazane spoznaje do kojih se došlo istraživanjem navedene literature.

2. GASTRO PONUDA U UVJETIMA COVID-19 PANDEMIJE

U prosincu 2019. godine liječnici u Wuhanu u Kini počeli su primati pacijente s neobičnim simptomima. Došli su do zaključka da se pojavila nova, izuzetno zarazna bolest, koju izaziva dotad nepoznati virus. Bolest se ubrzano proširila širom svijeta. Dana 11. veljače 2020. godine Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) je bolest uzrokovanu novim korona-virusom nazvala korona-virusna bolest 2019, kratica COVID-19 (eng. *Coronavirus disease 2019*) (WHO, 2020). Mjesec dana kasnije, 11. ožujka 2020. Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) proglasila je globalnu pandemiju. (WHO, 2020)

Prvi slučaj bolesti novog COVID-19 u Hrvatskoj dijagnosticiran je 25.2.2020 u Zagrebu (HZJZ, 2020). Pet mjeseci kasnije Vince (2020) piše: „*Novi koronavirus, službeno nazvan SARS-CoV-2, koji uzrokuje novu infektivnu bolest COVID-19 (Coronavirus infectious disease 2019), pokorio je od prosinca 2019. do svibnja 2020. cijeli svijet uzrokujući pandemiju u kojoj je do sredine svibnja 2020. oboljelo više od 4,7 milijuna ljudi, a umrlo 316.000. Pandemija je nakon Kine snažno zahvatila Europu, a nakon toga Ameriku. Međunarodni monetarni fond proglasio je ovu krizu najvećom od vremena depresije u tridesetim godinama 20. stoljeća. Ovakva situacija prisilila je brojne zemlje da zatvore granice i primijene različito stroge epidemiološke preventivne mjere. Većina zemalja primijenila je kroz nekoliko tjedana potpuno „zatvaranje“ uz zabranu kretanja, okupljanja, rad od kuće, zatvaranje vrtića, škola, fakulteta, javnih prostora, parkova, uslužnih djelatnosti, gradskog i međugradskog prometa. Međunarodni zračni promet je minimaliziran, milijuni ljudi ostali su bez posla, svjetska ekonomija je naglo usporena s nejasnom perspektivom oporavka.*“

Nakon skoro tri godine, Svjetska zdravstvena organizacija, 5. svibnja 2023., objavila je da više ne smatra bolest COVID-19 javnozdravstvenom opasnošću koja izaziva međunarodnu zabrinutost. (WHO, 2023) Slijedom navedenog Vlada Republike Hrvatske donijela je: „*Odluku o proglašenju prestanka epidemije bolesti covid-19 uzrokovane virusom SARS-COV-2*“. Ovom Odlukom proglašava se prestanak epidemije bolesti COVID-19 uzrokovane virusom SARS-CoV-2 na području čitave Republike Hrvatske. Danom stupanja na snagu ove Odluke prestaje važiti „*Odluka o proglašenju epidemije bolesti COVID-19 uzrokovana SARS-CoV-2*“, od 11. ožujka 2020. (NN, 51/2023)

Pandemija je uzrokovala gospodarsku krizu, jedinstvenu u ekonomskoj povijesti. Obilježja poput brzog nastanka i širenja daju joj karakter duboke globalne krize. Stavljanjem zaštite zdravlja stanovništva na prvo mjesto i žurnim poduzimanjem brojnih mjera zdravstvene zaštite, dovelo je iznenadnog zaustavljanja i zaključavanja gospodarskih i financijskih tokova na lokalnoj i globalnoj razini. (Čavrak, 2003) Novonastalom situacijom pogođeni su svi gospodarski subjekti između ostalog i sudionici područja gastronomije od dobavljača, nositelja gastro ponude do krajnjih korisnika.

Hrvatski Leksikografski zavod Miroslav Krleža (HLZ, 2021) donosi definiciju gastronomije: „*Gastronomija (gastro- + -nomija) je vještina priređivanja jela, stručno poznavanje različitih*

jela i načina njihova pripremanja razvijeno do umijeća; kult birane hrane i kulinarskoga znanja.“

Kad se govori o nositeljima gastro ponude prvenstveno se misli na restorane, samostalne ili u hotelskim kućama, međutim uz njih tu su i razni drugi, manji ponuđači gastro usluga poput slastičarni, pizzerija, vinarija, OPG-ova i sl.

Pandemija je pred nositelje gastro ponude postavila izazove s kakvima se nikad ranije nisu susreli. Zabrane putovanja i okupljanja su gotovo u potpunosti zaustavile turizam i uvelike otežale i smanjile mogućnost pružanja ugostiteljskih usluga. Nikad prije toliki broj restorana nije bio primoran zatvoriti se ili se prilagoditi novoj situaciji.

Mogućnost opstanka restorana na tržištu ovisila je o nizu različitih faktora. Slijedi popis najrelevantnijih:

- **Način rada**

Oni objekti koji su već imali organiziranu dostavu u postotku su imali manji pad prometa od elitnih restorana koji su uglavnom u potpunosti ostali bez potražnje (Anon., 2021)

- **Radno vrijeme**

Restorani koji su prije pandemije radili tijekom čitavog dana su tijekom karantene, zbog zabrane kretanja i rada od kuće, doživjeli veći pad prometa, od onih objekata koji su nudili samo večere (Anon., 2021)

- **On-line vidljivost**

Upravo u uvjetima zabrane i ograničavanja kretanja, odnosno u situaciji kad velik dio ljudi radi od kuće, postalo je bitno da su nositelji gastro ponude vidljivi on-line. Do klijenta se dolazi različitim načinima oglašavanja, putem vlastitih web-stranica i/ili društvenih mreža (Anon., 2021)

- **Lokacija**

Odabir lokacije je važan, no zbog iznimne mobilnosti i dobre prometne povezanost, neki drugi čimbenici postaju važniji od same lokacije na kojoj se hotel ili ugostiteljski objekt nalazi. (Anon., 2011)

Pojam dobre lokacije nije isti u turističkom i pandemijskom smislu. U vrijeme pandemije su bolje prošli objekti u većim gradovima, u blizini većih stambenih naselja i prometnih čvorišta od onih u manjim i turističkim sredinama.

- **Veličina**

Objekti veće površine su mogli, onda kad je to dopušteno, ostvariti zadovoljavajući promet uz istovremeno smanjenje broj stolova zbog održavanja socijalne distance. Lokali manje površine su u istoj situaciji mogli primiti vrlo ograničen broj gostiju i ostvariti relativno mali promet, posljedično i relativno mali prihod.

- **Sezonalnost poslovanja**

Objekti koji su inače otvoreni tijekom čitave godine i po tome su bili poznati na tržištu su tradicionalno imali veći udio lokalnog stanovništva u ukupnom broju gostiju što je osiguralo dio prometa u uvjetima pandemije kad su turisti i ostali posjetitelji skoro u potpunosti izostali.

- **Financijska snaga**

Svakako jedan od najvećih izazova koje je pred ugostitelje donijela pandemija bilo je pitanje kako preživjeti u financijskom smislu. Došlo je do značajnog pada prihoda ili je u potpunosti izostao. Istovremeno trebalo je pokriti troškove poslovanja i pokušati zadržati zaposlenike. Troškovi su se povećali zbog poskupljenja namirnica i/ili njihove nabave te zbog nabave zaštitnih i dezinfekcijskih sredstava.

- **Poštivanje higijenskih propisa**

Podrazumijeva se da su novi higijenski i sigurnosni protokoli jasno vidljivi u cijelom restoranu (i na internetu) te da se službeni zahtjevi strogo prate i poštuju, što je osnovni uvjet da se gosti osjećaju ugodno i sigurno (Anon., 2021).

Oni nositelji ponude koji su bili sposobni prilagoditi se „novom normalnom“ stvorili su preduvjete za preživljavanje i čim brži povratak na promet koji su ostvarivali prije pandemije. Nositelji ponude koji nisu ništa mijenjali ili su radili minimalan pomak nisu uspjeli stvoriti uvjete za preživljavanje što ih je vodilo ka velikim gubicima ili zatvaranju objekta.

2.1. Promjene na tržištu općenito

Gospodarska kriza izazvana korona virusom Covid-19 jedinstvena je u dosadašnjoj ekonomskoj povijesti po načinu i brzini nastanka, globalnom obuhvatu i posljedicama (Čavrak, 2003). Pandemija je, između ostalog, uzrokovala poremećaje globalnih, regionalnih i lokalnih lanaca opskrbe. (Bendeković, 2015)

Promjene na strani ponude:

Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) objavljuje članak „Lanci opskrbe hranom i COVID-19: Učinci i lekcije iz politike“ u kojemu analizira promjene na strani tržišne ponude izazvane pandemijom COVID-19:

- U sektoru proizvodnje došlo je do problema u proizvodnji i preradi hrane. Veliki su se poremećaji dogodili kod proizvodnje voća i povrća. Naime ta gospodarska grana ima izraženi sezonski karakter te uvelike koristi mobilnu radnu snagu. Zbog zatvaranja granica i restrikcija u kretanju ljudi mnogi proizvođači su ostali bez sezonskih radnika te nisu uspjeli kvalitetno i na vrijeme obaviti sjetvu ili berbu svojih proizvoda. Proces pakiranja, prerade i utovara hrane također je bio poremećen i usporen pravilima vezanim uz socijalnu distancu

između radnika. U svim sektorima je kontinuirano dio radnika izostajao s posla jer su bili bolesni ili su kao kontakti oboljelih morali u izolaciju (OECD, 2020)

- Različite robe se transportiraju na različite načine. Roba koja je manje osjetljiva uglavnom se vozi u brodskim kontejnerima. Iako je i tu bilo poremećaja zbog zatvaranja nekih luka ipak je ta mreža opskrbe manje osjetila pandemiju, dok je dostava koja putuje kamionima i hladnjačama bila puno više pogođena. Prijevoznici su se borili s pronalaženjem dovoljnog broja vozača i suočavali s velikim kašnjenjem na granicama. Brodovi su po količini tereta glavno prijevozno sredstvo. Ako se pak gleda vrijednost tereta, tu je zračni promet od velikog značaja. Posebno osjetljive namirnice se transportiraju avionima, često i putničkim. Kako je dolazilo do otkazivanja letova i povremeno do potpunog kolapsa zračnog prometa kod te vrste transporta robe došlo je do najvećih problema (OECD, 2020)
- Poremećaji u opskrbi su doveli do situacije da je bilo viška na strani proizvođača a manjka na strani potrošača. Na početku pandemije potrošači su u panici počeli stvarati zalihe određenih proizvoda što je dodatno opteretilo lance opskrbe pa je dolazilo do nestašice pojedinih artikala i ponekad stvaralo dojam da opskrba uopće ne funkcionira. Ta situacija je relativno kratko trajala jer se, nakon što su određene količine zaliha u kućanstvima stvorene, potražnja smanjila (OECD, 2020)
- Zbog promjena u načinu života pala je potražnja za mnogim proizvodima koji su se svakodnevno upotrebljavali, a djelomično je i u potpunosti nestala. S druge strane, neočekivano je eksplodirala potražnja za drugim proizvodima, naročito dezinfekcijskim, zaštitnim i medicinskim proizvodima te je trebalo pojačati postojeće ili uspostaviti potpuno nove lance opskrbe. Prekidi i poremećaji u lancu opskrbe uz istovremeno pojačanu potražnju nužno su doveli do povećanja cijena velikog dijela namirnica (OECD, 2020)

Promjene na strani potražnje:

Neovisno o poremećajima u lancima opskrbe tj. o dostupnosti hrane, za vrijeme pandemije došlo je do pada potražnje potrošača za hranom.

Već 2020. godine tržište rada u Hrvatskoj suočeno je s posljedicama COVID-19 pandemije (Knežević S., 2022). Mnogi ljudi su izgubili posao i prihod. Ovaj trend se mogao primijetiti već od ožujka navedene godine posebno u djelatnostima vezanim za sektor turizma. Nezaposlenost i siromaštvo su porasli u cijeloj zemlji. Iako su mnogi uspjeli ostvariti prava na financijsku pomoć od države ona nije uspjela nadomjestiti njihov gubitak prihoda.

To je, uz strah od bolesti i neizvjesne budućnosti, rezultiralo štednjom i promjenama u prehrambenim navikama potrošača o čemu će biti više riječi u sljedećem poglavlju.

2.2. Promjene prehrambenih navika kod klijenata

Velike promjene u stilu života izazvane ograničenjem kretanja i drugim mjerama vezanim za sprečavanje širenja zaraze, dovele su i do određenih promjena u prehrambenim navikama većeg dijela stanovništva, te su na tu temu rađene studije u različitim državama EU i svijeta. Sidor i Rzymiski (2020) su proveli *on-line* istraživanje o izboru prehrambenih namirnica i promjeni životnih navika za vrijeme karantene u Poljskoj. Zaključili su da je značajan dio pojedinaca promijenio prehrambene navike, na način da su povećali unos hrane, konzumirali više grickalica između obroka. Posljedično je došlo do povećanja težine kod osoba koje su već imale prekomjernu težinu i kod starijih osoba. S druge strane, pothranjeni ispitanici su pokazali tendenciju ka dodatnom mršavljenju.

Górnicka i suradnici (2020). su proveli istraživanje o navikama potrošača hrane za vrijeme karantene koja je bila propisana u cijeloj Poljskoj. Zaključeno je da su se ispitanici podijelili u dvije grupe; jedni su pokazali sklonost ka zdravijem životu a drugi ka nezdravijem načinu života. Negativan učinak pandemije bio je posebno primijećen kod osoba starijih od 40 godina, onih koji ne rade, onih koji žive sa djecom, onih koji ne jedu obroke pripremljene kod kuće. Kod tih ispitanika uočen je povećan unos hrane i slastica te povećanje konzumacije alkohola.

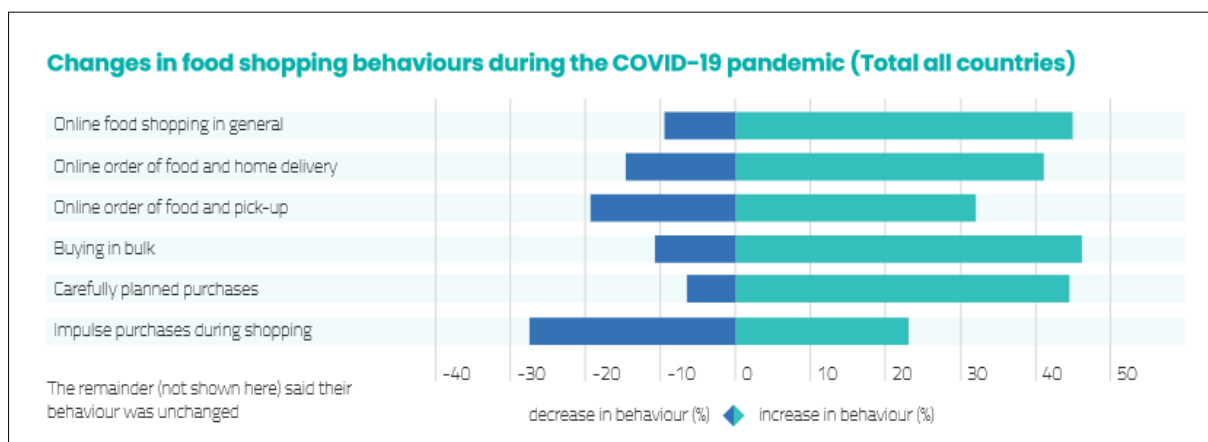
Istraživanje u Italiji (Scarmozzino i Visioli, 2020) pokazalo je kod velikog broja ispitanika porast konzumacije hrane (naročito čokolade, sladoleda i slanih grickalica) i povećanja tjelesne mase. Više od polovice ispitanika je navelo da nisu konzumirali voće i povrće.

Izviješće EIT Food-a:

EIT Food je paneuropska organizacija sa sjedištem u Leuvenu u Belgiji i regionalnim uredima na različitim lokacijama. Njezin rad podržava Europski institut za inovacije i tehnologiju (EIT). Kao vodeća europska inicijativa za inovacije u hrani, organizacija EIT Food je 2020. objavila izvješće svog istraživanja. Istraživanjem je obuhvaćeno 5000 potrošača u deset europskih zemalja. To su bile: Španjolska, Švedska, Njemačka, Velika Britanija, Poljska, Italija, Francuska, Grčka, Finska i Rumunjska (EIT, 2020). U navedenom Izviješću EIT Food-a stoji:

- „Rezultati navedenog istraživanja su pokazali da su mjere karantene možda uzrokovale trajnu promjenu ponašanja u vezi s konzumacijom hrane – obilježenu značajnim promjenama u obrascima kupnje, pripremi obroka i prehrambenim navikama.“
- Potrošači diljem Europe pretrpjeli su financijske poteškoće tijekom pandemije COVID-19. Trećina ispitanika (34%) izgubila je dio ili sve svoje prihode, a više od polovice (55%) reklo je da im je teško spajati kraj s krajem svaki mjesec.
- Unatoč tome, europski potrošači izvijestili su da kupuju više u gotovo svim kategorijama hrane, jer su blokade zbog COVID-19 i rad od kuće diljem Europe doveli do toga da ljudi provode više vremena kod kuće i manje jedu vani.

- Najveća promjena u ponašanju bila je način na koji kupujemo prehrambene proizvode, pri čemu je gotovo polovica potrošača prijavila porast online kupnje (45%); kupnje na veliko (47%); i pomno planirane izlaske u kupovinu (45%).



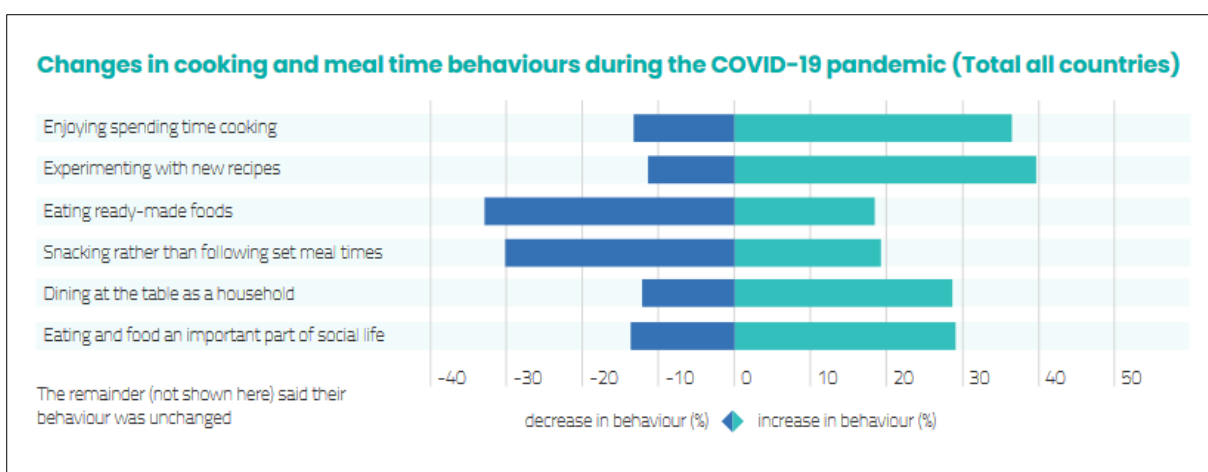
Grafikon 1: Promjene u kupovini hrane u vrijeme COVID-19 pandemije

Izvor: (EIT Food: COVID-19 Study – European Food Behaviour Report)

2.2.1. Pozitivne promjene

U ranije spomenutom izvješću EIT Food-a uočavamo sljedeće pozitivne trendove:

- porast uživanja u samostalnom pripremanju hrane
- porast isprobavanja novih recepata
- konzumacija obroka u krugu obitelji
- Uživanje u hrani
- Hrana - važan dio socijalnog života



Grafikon 2: Promjene u kuhanju i vremenima obroka u vrijeme COVID-19 pandemije

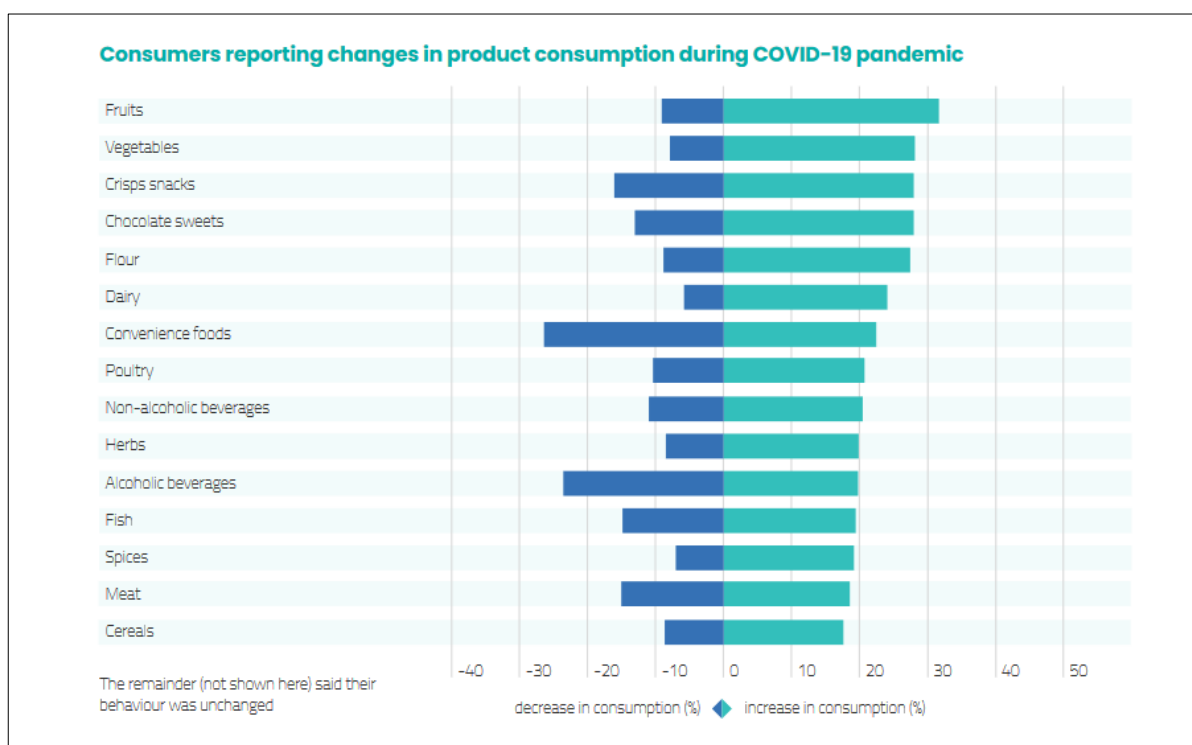
Izvor: (EIT Food: COVID-19 Study – European Food Behaviour Report)

Iz EIT Food izvješća iščitavamo još neke pozitivne promjene u ponašanju potrošača. Neke su vezane direktno na proces pripreme hrane kod kuće pa je došlo do povećanja broja samostalno pripremljenih obroka i više se vremena provodi u kuhinji nego prije pandemije. Iako nije dokazano da se virus COVID-19 prenosi putem hrane ili pakiranja hrane, više se pažnje poklanja izgledu i načinu pakiranja, pažljivo se čitaju sastojci i kontroliraju rokovi trajanja.

2.2.2. Negativne promjene

Ranije spomenuto EIT Food izvješće je kao osnovne negativne promjene, pokazalo:

- povećanje konzumacije kruha
- povećanje konzumacije slanih grickalica
- povećanje konzumacije čokolade i slatkiša
- povećanje konzumiranja bezalkoholnih pića.



Grafikon 3: Povećanje konzumacije prehrambenih proizvoda u vrijeme COVID-19 pandemije
 Izvor: (EIT Food: COVID-19 Study – European Food Behaviour Report)

Profesor Klaus Grunert, voditelj navedenog istraživanja i voditelj Odsjeka za menadžment na Sveučilištu Aarhus, rekao je: *“Naše istraživanje pokazuje da je COVID-19 promijenio način na koji ljudi razmišljaju, kupuju, planiraju i konzumiraju hranu. Iz ove tragedije je proizišlo i nešto dobro, a to je porast raznih pozitivnih trendova, posebno oko održivosti i zdravlja. Industrija ima stvarnu priliku za inovacije kako bi zadovoljila potrebe potrošača, na primjer kroz nova iskustva za potrošače da uživaju u hrani kod kuće ili prilagođavajući svoje online iskustvo novim načinima kupnje.”* (EIT, 2020)

2.3. Preporuke za prehranu tijekom bolesti COVID-19 i nakon nje

Hrvatsko društvo nutricionista i dijetetičara (HDND, 2020) izdaje „Preporuke za prehranu tijekom epidemije uzrokovane novim koronavirusom (COVID-19)“ te preporuča da prehrana bude raznolika, umjerena i uravnotežena, bogata povrćem i voćem. Naglašava se da je važno ostati tjelesno aktivan provodeći vježbe kod kuće, reducirati stresne situacije, dovoljno spavati (7-9 sati) što dodatno pozitivno utječe na funkcioniranje imunološkog sustava.

Kao hranjive tvari koje utječu na imunološki sustav nabrojani su: vitamin C, vitamin B6, vitamin B12, cink, vitamin A, vitamin D, željezo, folat i selen (Tablica 1.)

Tablica 1: Hranjive tvari koje utječu na imunološki sustav

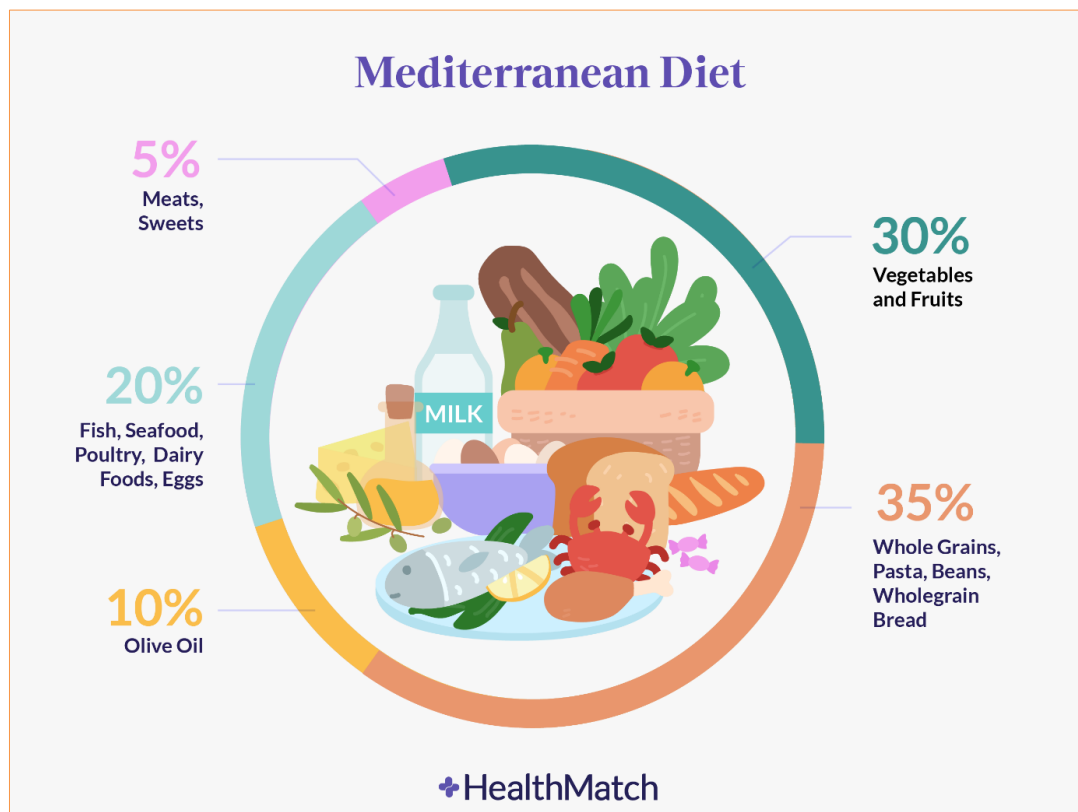
Hranjiva tvar	Prehrambeni izvori	Učinak na organizam*
Vitamin C	Citrusi (naranče, grejp, limun), šipak, kivi, jagode, ribiz, borovnice, ananas, dinja, mango, papaja, crvena i žuta paprika, tamnozeleno lisnato povrće (raštica, špinat, repa, kelj) brokula, grašak, rajčica, krumpir	Doprinosi održavanju normalne funkcije imunološkog sustava za vrijeme i nakon intenzivne tjelesne aktivnosti, normalnom metabolizmu stvaranja energije, normalnoj funkciji imunološkog sustava, zaštiti stanica od oksidativnog stresa, smanjenju umora i iscrpljenosti
Vitamin B6	Govedina, nemasna svinjetina, piletina, puretina, tuna, jaja, kvasac, škrobno povrće (krumpir), zeleno lisnato povrće (špinat), banane, suhe šljive, avokado, sjemenke suncokreta, pistacio	Doprinosi normalnom metabolizmu stvaranja energije, normalnom stvaranju crvenih krvnih stanica, normalnoj funkciji imunološkog sustava, smanjenju umora i iscrpljenosti
Vitamin B12	Crveno meso, piletina, riba (skuša, losos, tuna, haringa, srdela, pastrva), morski plodovi, školjke, jaja, mlijeko i mliječni proizvodi, sir, kvasac, obogaćene žitarice, proizvodi od soje	Doprinosi normalnom metabolizmu stvaranja energije, normalnom stvaranju crvenih krvnih stanica, normalnoj funkciji imunološkog sustava, smanjenju umora i iscrpljenosti
Cink	Morski plodovi, govedina, janjetina, svinjetina, piletina, mlijeko i mliječni proizvodi, pšenične klice, zob, grah, orašasti	Doprinosi normalnoj funkciji imunološkog sustava, zaštiti stanica od oksidativnog stresa

	plodovi, čokolada, kakao, sjemenke bundeve: sezama, lana, chie i suncokreta	
Vitamin A	Meso, riba (losos), mlijeko i mliječni proizvodi, žumanjak jajeta, zeleno lisnato povrće te drugo zeleno, narančasto i žuto povrće (brokula, mrkva, bundeva) i voće (dinja, marelice, mango)	Doprinosi održavanju normalnih sluznica, normalnoj funkciji imunološkog sustava
Vitamin D	Riba (losos, haringa, skuša, pastrva), ulje jetre bakalara, žumanjak jajeta, sirevi, maslac, obogaćene žitarice	Doprinosi normalnoj funkciji imunološkog sustava
Željezo	Krto crveno meso i meso peradi, morski plodovi, žumanjak jajeta, mahunarke (grah, grašak, leća), cjelovite žitarice, kvinoja, tamnozeleno lisnato povrće, špinat, peršin, cikla, orašasti plodovi, bobičasto voće, sušeno voće (groždice), sjemenke sezama, lana, chie i suncokreta, kakao, tamna čokolada	Doprinosi normalnom metabolizmu stvaranja energije, normalnom stvaranju crvenih krvnih stanica i hemoglobina, normalnom prijenosu kisika u tijelu, normalnoj funkciji imunološkog sustava, smanjenju umora i iscrpljenosti
Folat	Mahunarke (grah, grašak, leća), cjelovite žitarice, šparoge, prokulice, zeleno lisnato povrće, špinat, zelena salata, brokula, voće i sokovi od voća (pogotovo naranče), mango, avokado, orašasti plodovi (kikiriki)	Doprinosi normalnom stvaranju krvi, normalnoj funkciji imunološkog sustava, smanjenju umora i iscrpljenosti
Selen	Brazilski orašičići, svinjetina, govedina, janjetina, piletina, puretina, tuna, morski plodovi, cjelovite žitarice, zob, ječam, integralna riža	Doprinosi normalnoj funkciji imunološkog sustava, zaštiti stanica od oksidativnog stresa

Izvor: („Preporuke za prehranu tijekom epidemije uzrokovane novim koronavirusom (COVID-19)“, Hrvatsko društvo nutricionista i dijetetičara, 2020)

Bubaš i Capak (2022) izdaju brošuru „Povratak zdravlja i snage nakon COVID-19“ u kojoj naglašavaju da bi se zdravstveni djelatnici trebali baviti cjelokupnim zdravstvenim stanjem osoba koje su preboljele COVID-19. Praćenjem bolesti kod dijela pacijenata je dijagnosticiran post-COVID sindrom ili dugi COVID koji, uz ostalo, karakteriziraju: gubitak apetita, pothranjenost, gubitak mišićne mase i produljena upala. Za bolesnike s post-COVID sindromom preporučaju personaliziranu procjenu nutritivnog statusa te adekvatnu prehranu.

U vezi s navedenim stanjem Bubaš i Capak (2022) posebno preporučuju tzv. mediteransku dijetu za vrijeme bolesti COVID-19 i nakon nje.



Slika 1: Mediteranska prehrana
Izvor: (Healthmatch.io blog)

Za vrijeme pandemije općenito raste svijest o utjecaju prehrane na zdravlje, pa se razmišlja o porijeklu i kvaliteti prehrambenih proizvoda. Naravno da nije otkrivena namirnica koja liječi COVID-19 ali se koriste namirnice koje pojačavaju imunitet. Zbog želje da se kvalitetnijom prehranom organizam što bolje pripremi za susret s virusom došlo je i do povećanja potražnje za dodatcima prehrani, proizvodima koji sadrže vitamine i minerale (najčešće vitamin D i cink).

Iako nisu namijenjene direktno njima ugostitelji bi trebali biti upoznati s navedenim informacijama i preporukama te ih iskoristiti pri kreiranju novih jelovnika.

3. PRILAGODBA GASTRO PONUDE NOVIM ZAHTJEVIMA KLIJENATA

Od početka COVID-19 pandemije širom svijeta je došlo do uvođenja preventivnih mjera radi zaštite zdravlja ljudi što je izuzetno negativno djelovalo na gospodarstvo. Naravno, nisu sve gospodarske grane bile jednako pogođene. Gastronomija je drastično osjetila pandemiju. Za vrijeme dok su bili zatvoreni, ugostiteljima je bilo važno opstati.

U situaciji „lockdown“-a sve se više obroka spravlja kod kuće, vodi se računa o zdravlju pa raste konzumacija nutritivno vrijednijih namirnica a jede se zajedno u krugu obitelji. Odgovor na pitanje zašto u krizi više kuhamo, portal *Fine Dining Lovers* potražio je u razgovoru s Marcom Luxenom, autorom jedne od vrlo rijetkih ozbiljnih knjiga o psihologiji kuhanja „*The Cook, The Diner and The Mind, The Psychology in the Kitchen and at the Table*“. „Mislim da je stvar u kontroli,“ kaže Marc Luxen (2020), „*U vrijeme stresa ljudi žele preuzeti kontrolu nad situacijom. Ako ste zaglavili u kući i ne smijete van, nemate baš što raditi. Malo ćete pospremati, ali jedna od stvari nad kojom ćete prvo preuzeti kontrolu je kuhanje za sebe i obitelj. To će vam donijeti i psihološko olakšanje.*“ (McCafferty, 2020)

U trenutku kad im je omogućeno ponovno otvaranje ugostitelji se suočavaju s činjenicom da se situacija na tržištu promijenila i da klijenti imaju neke nove zahtjeve. Ljudi se žele vratiti neku razinu normale, iako su i dalje zabrinuti za zdravlje i sigurnost. Ova nova ponašanja i sklonosti potrošača zahtijevaju prilagodbu jelovnika i cijena. Snažniji fokus na prirodnu hranu bez aditiva, na veganske i vegetarijanske proizvode s regionalnom i sezonskom orijentacijom je prijeko potreban. (Anon., 2021) U skladu s novim novonastalom situacijom osmišljavaju se jednostavniji, jeftiniji i „zdraviji“ jelovnici. Traže se nova tehnološka rješenja za prezentaciju jelovnika, osmišljavaju se načini narudžbe, dostave i naplate koji su adekvatni novonastaloj situaciji. Također se intenzivira komunikacija prema potencijalnim klijentima. Unutar ugostiteljskog objekta se rade promjene u organizaciji poslovanja i u organizaciji prostora, kako bi se apsolutno izbjeglo samoposluživanje pri konzumaciji jela i pića, smanjili kontakti između gostiju i konobara te kontakti među zaposlenicima. Osmišljavaju se zdravstveno najsigurnija rješenja za posluživanje ili dostavu hrane te naplatu.

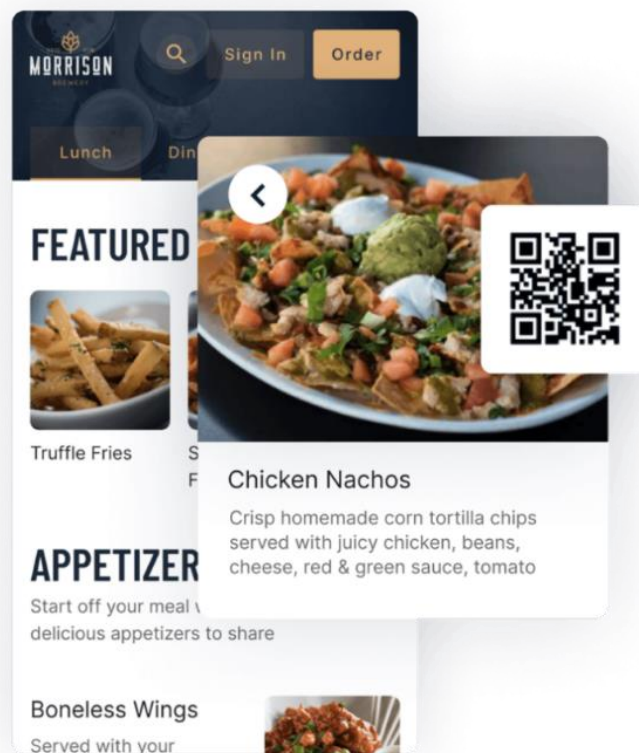
3.1. Prilagodba jelovnika

Zamjena tiskanog jelovnika onim u digitalnoj formi je definitivno jedan od trendova u gastronomiji koji će nastaviti živjeti i ubuduće. Jedna od najvažnijih promjena koje nam je donijela pandemija je ne-dodirivanje, tako da se intenzivno razvijaju beskontaktna rješenja za prezentaciju jelovnika, načine narudžbe i naplate.

Digitalni jelovnik je moćno marketinško sredstvo u sektoru prodaje ugostiteljskog objekta. Razvijena tehnologija nosi neograničene mogućnosti komunikacije gosta i ugostitelja.

Tehnologija ruši jezične barijere, omogućava brzinu i osigurava diskreciju. Tako osim narudžbe konkretnog jela, uz odgovarajuću tehnološku podršku, klijent može unijeti i specijalne želje npr. koliko želi da mu jelo bude slano ili koliko jako da meso bude pečeno. Isto tako može unijeti informacije o svojoj netoleranciji ili alergiji na pojedina jela ili njihove sastojke. U konačnici se dolazi do jelovnika koji će biti „Custom made” tj. prilagođen tom pojedinom klijentu čime ga se maksimalno uvažava i definitivno podiže nivo njegovog zadovoljstva ugostiteljskom uslugom. (Anon., 2023)

Osim što digitalni jelovnik prezentira ponuđena jela, može ga se koristiti i kao sredstvo za preporuku npr. deserta ili vina koji se slažu s izabranim jelom i na taj način potaknuti gosta na dodatnu potrošnju.



Slika 2: Primjer lijepo uređenog jelovnika
Izvor: (MenuLabs – The Ultimate Guide for Restaurants)

3.1.1. Kreiranje novih sadržaja jelovnika

U vrijeme „novog normalnog“ trebalo je osmisliti i „novi jelovnik“ prilagođen korona vremenu. U situaciji kad je to, epidemiološki postalo prihvatljivo, došlo je do ponovnog otvaranja ugostiteljskih objekata. Ugostitelji se u trenutku ponovnog otvaranja nalaze u teškoj financijskoj situaciji, sa smanjenim brojem zaposlenika, bez zaliha (ili sa značajno smanjenim

zalihama), suočeni su s problemima u nabavi a ne mogu ni procijeniti kolikom prometu se mogu nadati niti koliko će vremena moći biti otvoreni. Zbog svega navedenog osmišljavaju se novi jelovnici. U tom procesu moglo se primijetiti nekoliko trendova:

- **Jelovnici su sadržajno jednostavniji**

U trenutku ponovnog otvaranja većina ugostiteljskih objekata radi sa smanjenim brojem radnika i/ili s nedostatkom stručnih radnika. Jelovnici nude manji izbor jela u odnosu na onaj prije pandemije (Anon., 2020).

- **Jelovnici su lakši za pripremu**

Jednostavniji jelovnici su lakši za pripremu. Vrijeme pripreme jednostavnijih jela je kraće, koristi se manji broj namirnica, smanjuju se troškovi i količina otpada (Anon., 2020).

- **Jelovnici nude jela od jeftinijih sastojaka**

Neki ugostitelji žele zadržati dosadašnju cijenu i veličinu porcije određenog jela ali to jelo rade na način da u pripremi bude jeftinije nego ranije. Razni su načini na koji se to može postići; npr. smanjivanje količine mesa a povećavanje količine priloga ili korištenje jeftinijeg komada mesa (npr. kotlet umjesto bifteka) i sl. (Anon., 2020).

- **Jelovnici su cjenovno pristupačniji klijentima**

Pandemija nije pogodila samo ugostitelje nego i njihove goste koji su suočeni s padom ili gubitkom prihoda. Zbog toga, puno više nego ranije, vode računa o odnosu cijene i kvalitete. Ugostitelji se trude ponuditi kvalitetne namirnice i porcije odgovarajuće veličine, po cijenama koje će biti pristupačne većem broju potencijalnih klijenata (Anon., 2020).

- **Jelovnici su prikladni za preuzimanje i dostavu**

Prilikom osmišljavanja jelovnika ugostitelji moraju voditi računa da ponuđena jela mogu podnijeti transport do konzumenta, uz napomenu da se neki ugostitelji nude jela koja su samo za konzumaciju u objektu a neka su i „za van“. Za jela koja se dostavljaju potrebno je izabrati i prikladnu ambalažu koja će čuvati toplinu, spriječiti curenje i rasipanje. (Anon., 2020)

- **U ponudi su i polugotova jela**

Postoje jela koja dobro podnose dostavu ali i ona koja, nakon što su dostavljena, ni izgledom ni okusom ne ostvaruju traženo zadovoljstvo klijenta. To je najčešće problem s „*fine-dining*“ jelima, koja se najčešće dovršavaju i ukrašavaju u zadnji čas, prije izlaska na stol. Kako bi doskočili tom problemu, neki nositelji gastro ponude su ponudili polugotova jela koja klijent treba dovršiti kod kuće. Na taj način se postiže tražena kvaliteta jela a uspjehu konzumacije doprinosi to novo, posebno iskustvo suradnje restorana i klijenta (Anon., 2020). Zagrebačka Esplanada prva je među najboljim restoranima u Hrvatskoj primijenila takav način dostave. To je dosad je najinventivnija i najuspješnija opcija za hrane za van kad je riječ o „*fine-dining*“ restoranima. Polugotova restoranska jela zapravo su jedini način da kod kuće doživite barem dio iskustva pravog „*fine-dining*“-a (Anon., 2020).

- **Kreiraju se potpuno nova jela**

Iako jelovnici sadrže manji broj ponuđenih jela ipak se tu našlo prostora i za uvođenje jela koja ranije nisu bila u ponudi. Nove kombinacije okusa potiču znatiželju i uzbuđenje te imaju za cilj privlačenje starih i novih klijenata (Anon., 2020).

Neki će se klijenti nakon povratka u restoran tražiti baš ona jela koja su prije pandemije u nekom restoranu bila najpopularnija. Neki drugi klijenti, baš suprotno, imaju nove stavove koje su razvili u vrijeme pandemije i traže drugačija, nova jela, koja imaju fokus na zdravijim namirnicama, nabavljenim uglavnom od lokalnih proizvođača.

Zbog jednostavnosti menija, treba paziti da ponuda ne bude monotona. Za vrijeme *lockdown*-a, ljudi su se uglavnom hranili kod kuće pa sad kad se mogu vratiti u restorane očekuju ipak maštovitije i složenije obroke od onih koje su sami doma kuhali. Ponudu je pametno povremeno osvježavati novim jelima ili akcijama vezanim za određena događanja ili promjene u kalendaru. To je dio poslovanja poznat i iz vremena prije pandemije (npr. Tjedan slavonske kuhinje, Jelovnik za Valentinovo i sl.). Kontinuirana osvježavanja ponude trebala bi potaknuti klijente da češće posjećuju određeni ugostiteljski objekt. O svim promjenama bitno je klijente pravovremeno informirati.

3.1.2. *Nova tehnička rješenja prezentacije jelovnika*

Zbog pandemije ugostitelji nisu samo mijenjali sadržaj jelovnika nego su osmišljavali i nova tehnička rješenja za njihovu prezentaciju. U namjeri da se spriječi širenje virusa uvezane plastificirane jelovnike kakvi su se ranije dugoročno koristili zamijenili su oni printani na jeftinom papiru predviđeni za jednokratnu upotrebu a nakon toga se prešlo na digitalne. Vremenom sve više ugostitelja prelazi isključivo na *QR-Code* (*quick response barcodes*) jelovnik kojeg gosti mogu skenirati za stolom i tako direktno izvršiti narudžbu koristeći svoj pametni telefon.

Osim što je gostima omogućeno zdravstveno sigurno pregledanje jelovnika, na taj se način također smanjuje potreba za direktnim kontaktom s konobarom kao i vrijeme čekanja. Treba ipak napomenuti da će sigurno još neko vrijeme postojati potreba za jednokratnim papirnatim jelovnicima za situacije kad gosti nemaju (adekvatan) telefon ili se ne koriste modernom tehnologijom ili jednostavno žele koristiti jelovnik u papirnatom obliku.

Informatičari su sve kreativniji u ponudi novih tehničkih rješenja, pa se digitalni jelovnici kontinuirano razvijaju. Neke od mogućnosti kreiranja takvog jelovnika prikazujemo na primjeru ponude hrvatske tvrtke Business Solution d.o.o.:



Slika 3: Moderna prezentacija jelovnika
Izvor: (Autor)

- **Jelovnik može sadržavati fotografije i/ili video zapise**

U nastojanju da što adekvatnije informiraju svoje potencijalne klijente mnogi ugostitelji uz nazive i opise jela dodaju fotografije gotovih jela ili video zapise o načinu pripreme jela i/ili porijeklu pojedinih sastojaka jela. To se pokazuje praktičnim upravo kod online naručivanja kad pored gosta ne stoji konobar koji usmeno prezentira jelo.

- **Jelovnik je dostupan na nekoliko jezika**

Prevođenje jelovnika na više jezika je svakako faktor koji može utjecati na povećanje broja posjetitelja i nivo njihovog zadovoljstva. Imati jelovnike na što više stranih jezika je pametno tehničko rješenje čak i u sredinama gdje nije preveliki broj stranih posjetitelja.

- **Funkcija poziva konobara**

Jedna od prednosti rada putem *QR-Code* jelovnika je skraćivanje vremena čekanja gostiju na dolazak konobara. Naime, pri korištenju *QR-Code* jelovnika konobar odmah dobiva informaciju koja mu je potrebna kako bi prišao posjetitelju. Posjetitelj također može online zatražiti račun ako je završio s jelom i želi otići, te naznačiti na koji način želi platiti uslugu. Dakle, konobar manje dolazi posjetitelju, a klijent ne mora čekati.

- **Mogućnost ostavljanja recenzija**

Mogućnost ostavljanja recenzije, izravno vlasniku objekta smanjuje udaljenost između objekta i posjetitelja. Podsvjesno, čak i prije narudžbe, klijent razumije da u ovom objektu se primjenjuje pristup orijentiranja prema klijentu i stoga je fokus na visokoj kvaliteti. Osim toga, posjetitelji rijetko ostavljaju recenzije na više mjesta. Imajući vlastiti sustav prikupljanja

recenzija, većina eventualnih negativnih ocjena bit će poznata samo konkretnom ugostitelju. Prikupljanje i analiza recenzija svakako unapređuju rad objekta.

3.2. Ostale promjene u poslovanju

Pandemija COVID-19 je dovela do situacije koju svijet nije ranije iskusio. Kreiran je izraz „novo normalno“. Gospodarstvo je gotovo u potpunosti stalo, da bi, nakon prvog šoka slijedio period suživota pandemije i pokušaja da gospodarstvo funkcionira.

U navedenoj situaciji našli su se i nositelji gastro ponude, koji su se najprije našli u situaciji potpunog zatvaranja, zatim u raznim fazama postepenog otvaranja i rada pod velikim ograničenjima. Čitavo to vrijeme trebalo je mijenjati svoje poslovanje sukladno odlukama i uputama nadležnih tijela. Tih odluka je bio veći broj, ponekad su bile neočekivane, nelogične, za dio ugostitelja neprihvatljive i neprovedive, pa su ih dovodile u dosta težak položaj. Neki ugostitelji su zauvijek zatvorili vrata a neki su uspjeli preživjeti upravo zahvaljujući umijeću prilagodbe i spremnosti uvođenja inovacija u poslovanje.

Kako bi se što bolje predočili uvjete poslovanja u uvjetima pandemije, u nastavku prezentiramo jedan takav dokument.

Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike izdaje „*Uputu za poslodavce i radnike kod postupanja i provedbi mjera sigurnosti i zaštite zdravlja u okolnostima rizika od zarazne bolesti COVID-19*“ (MROSP, 2020). U Uputi se izrijekom navodi da su poslodavci i radnici dužni pridržavati se svih mjera zaštite donesenih od strane Stožera civilne zaštite. U navedenoj Uputi je između ostalog detaljno nabrojano koje mjere trebaju poduzimati poslodavci, a koje radnici (Uputa se odnosi općenito na gospodarske subjekte a ne samo na ugostitelje):

„POSLODAVCI

- **POSTAVLJANJE VAŽNIH OBAVIJESTI** - na vidljivim mjestima (edukacijske plakate i upute o zaštiti zdravlja, upute o pravilnom pranju i dezinfekciji ruku, zadržavanju razmaka među osobama i druge mjere)
- **OSIGURANJE OSOBNE ZAŠTITNE OPREME** - osigurati dovoljan broj jednokratnih zaštitnih rukavica i maski, zaštitnih odijela za tijelo, zaštitnih kapa i sl. u ovisnosti o procesima rada i staviti na raspolaganje radnicima te nadzirati njihovu uporabu. Vrlo je bitno osigurati mjesto za odlaganje iskorištene osobne zaštitne opreme te osigurati propisano zbrinjavanje!

- **POSTAVLJANJE FIZIČKIH BARIJERA** - gdje je moguće postaviti zaštitne pregrade u vidu stakla, pleksiglasa ili sličnog materijala, kako bi se smanjio kontakt radnika i stranke, a samim time i rizik širenja zaraze.
- **OSIGURANJE MJESTA ZA DEZINFEKCIJU RUKU** - pomoću dezinfekcijskog sredstva ili pranjem ruku s toplom vodom i sapunom barem 20 sekundi, a za sušenje ruku osigurati papirnate ručnike za jednokratnu upotrebu.
- **OSIGURANJE UDALJENOSTI IZMEĐU OSOBA OD NAJMANJE 2 m** - preraspodjelom prostora, preraspodjelom radnog vremena/rad u smjenama, smanjenjem broja osoba koje istovremeno borave u prostoriji ili u prostoru, omogućiti rad od kuće ili u iznimnim situacijama postavljanjem pregrada. Preporuka je i izbjegavanje rukovanja te poticanje na održavanje međusobne udaljenosti.
- **SPRJEČAVANJE OKUPLJANJA VEĆEG BROJA OSOBA** - sastanke održavati online, a komunikaciju na mjestima rada održavati putem telefona, e-maila i sl., ograničiti broj radnika koji istovremeno koriste pauzu na način da ju koriste u različitim vremenskim intervalima.
- **SASTANCI, KONFERENCIJE I POSLOVNA OKUPLJANJA** - Ukoliko je nužno održavanje sastanaka potrebno je voditi računa da se osiguraju veće prostorije u kojima je moguće održavati socijalnu distancu. Sudionicima u zatvorenom prostoru se preporučuje korištenje medicinskih maski ili maski za lice i sredstava za dezinfekciju ruku.
- **EVIDENCIJA** – vođenje svakodnevnih evidencija zaposlenih i njihove prisutnosti na mjestu rada (po smjenama) radi lakšeg praćenja kontakata u slučaju pojave zaraze virusom COVID-19. Prikupljaju se osnovni podaci poput imena, prezimena i broja telefona. Isti podaci se prikupljaju i za sve sudionike na sastancima, konferencijama i poslovnim okupljanjima.
- **ODRŽAVANJE ČISTOĆE OBJEKATA I MJESTA RADA** - čistiti i dezinficirati mjesta rada koliko je god moguće više puta (dezinfekciju obavljaju stručne osobe s propisanim i učinkovitim kemijskim sredstvima), a posebnu pažnju posvetiti čistoći sanitarnih čvorova i označavanju istih, ukoliko je moguće omogućiti korištenje većeg broja kemijskih WC-a.
- **PUTOVANJA** – izbjegavati putovanja koja nisu neophodna, a posebno u zahvaćena i rizična područja.
- **MJERENJE TJELESNE TEMPERATURE** – osigurati uređaje za mjerenje tjelesne temperature na svim javnim mjestima gdje je to moguće, kao i kod poslodavaca koji si uređaj mogu priuštiti.
- **NAJMANJE DVA PUTA DNEVNO ČISTITI SVE DODIRNE POVRŠINE** - radne površine, dizala za prijevoz osoba, pametne i druge telefone, POS uređaje, tipkovnice, konzole, računala te druge dodirne površine koje koristi veći broj osoba

- **PROVJETRAVANJE RADNIH PROSTORIJA I PROSTORA** - potrebno je što je moguće češće osigurati dotok svježeg zraka te omogućiti izmjene zraka provjetravanjem radnih prostora i prostorija
- **OSIGURATI POSEBNU ZAŠTITU KRONIČNIM I ONKOLOŠKIM BOLESNICIMA** - svim kroničnim i onkološkim bolesnicima omogućiti obavljanje rada od kuće gdje god je to moguće
- **OSIGURATI NESMETANI RAD STRUČNJACIMA ZAŠTITE NA RADU I DRUGIM OSOBAMA ZADUŽENIM ZA TE POSLOVE** - osigurati stručnjaku zaštite na radu provođenje češćih unutarnjih nadzora kao i provođenje nadzora pridržavanja mjera za sprječavanje širenja koronavirusa.

RADNICI

- **PROVODITI MJERE ZAŠTITE OSIGURANE OD STRANE POSLODAVCA** - primjenjivati upute o pravilnom pranju i dezinfekciji ruku, zadržavanju razmaka među osobama i sl. te iste provoditi. Koristiti osiguranu jednokratnu zaštitnu opremu te istu prema uputi odlagati u kantu za otpad koja ima poklopac i propisano zbrinjavati takav otpad. Redovito provoditi osobnu higijenu.
- **OSOBNNA ZAŠTITINA OPREMA** - osobnu zaštitnu opremu koju koristite u skladu s propisima iz zaštite na radu potrebno je propisano odlagati na mjesta koja je odredio poslodavac.
- **KAŠLJANJE I KIHANJE** - prekriti usta i nos laktom ili papirnatom maramicom koju je poslije potrebno odbaciti u koš za otpad s poklopcem te obavezno nakon toga oprati ruke. Pri kašljanju i kihanju okrenuti lice od drugih osoba.
- **IZBJEGAVANJE DODIRIVANJA LICA, USTA I OČIJU RUKAMA** - lice, usta i oči dodirivati isključivo nakon dezinfekcije ruku ili pranja sapunom i vodom.
- **IZBJEGAVATI rukovanje ili bilo kakve druge dodire ili diranje korištenih maramica ili korištenih osobnih zaštitnih sredstava i sl.**
- **SOCIJALNI KONTAKT** - ostvarivati samo najnužnije socijalne kontakte unutar obitelji, a u kontaktu s kolegama držati propisani razmak bez rukovanja i sličnog kontakta.
- **MJERENJE TJELESNE TEMPERATURE** – potrebno je kod kuće, prije odlaska na posao, izmjeriti tjelesnu temperaturu. Ukoliko ona prelazi 37,2°C i osoba osjeća druge simptome poput grlobolje, kašlja, teškoća s disanjem, treba ostati kod kuće i postupiti u skladu s uputama Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo.
- **SIMPTOMI** - postoji li sumnja na simptome zaraženosti koronavirusom, ne dolaziti na posao te obavijestiti svog liječnika ili nadležnog epidemiologa te početi provoditi postupak samoizolacije i daljnje mjere u skladu sa stručnim medicinskim preporukama
- **HITNOST** - u slučaju hitnosti obratiti se svom stručnjaku zaštite na radu, poslodavcu, liječniku ili nazvati 112“

3.2.1. Promjene u radu zaposlenika

U ožujku 2020. godine Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske donio je: „*Odluku o mjerama ograničavanja društvenih okupljanja, rada u trgovini, uslužnih djelatnosti i održavanja sportskih i kulturnih događanja*“ (NN, 32/2020).

Vlasnici ugostiteljskih objekata (osim onih registriranih za dostavu hrane) su se suočili s potpunim prestankom rada te su u toj situaciji mnogim zaposlenicima uručili otkaz ili ih poslali na plaćeni ili neplaćeni dopust. Radnici su se našli u nepovoljnoj financijskoj situaciji te su mnogi pokušali, a neki, vremenom, i uspjeli, pronaći posao u drugim djelatnostima. Posljedice toga će se osjećati dugo nakon pandemije kada će porasti promet ali neće biti moguće pronaći dovoljan broj radnika, pogotovo onih kvalificiranih.

Države su raznim mjerama pomagale gospodarstvu pa je tako i hrvatska vlada u nekoliko navrata usvajala pakete mjera financijske pomoći za gospodarstvo. Poslodavci su primali financijsku pomoć kroz programe „*Zadržavanje radnih mjesta*“ i „*Očuvanje radnih mjesta*“ te olakšice u plaćanju poreza i doprinosa. (Vlada RH, 2020)

Iz razumljivih razloga, za vrijeme pandemije došlo je do potpunog prestanka zapošljavanja novih radnika u ugostiteljstvu. Nakon strogog *lockdown*-a Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske je 27. studenoga 2020. dopustio rad dijelu ugostiteljskih objekata i dostavu hrane, te se dio zaposlenika vratio na posao a neka radna mjesta su, iz financijskih razloga, popunjena volonterima - članovima obitelji poslodavca. Budući da je obim posla smanjen objekti rade s veoma malim brojem zaposlenika i sa skraćenim radnim vremenom.

Ponovnim otvaranjem poslodavci su se našli u zahtjevnoj situaciji da kreiraju uvjete kojima će osigurati zdravlje kako svojih radnika tako i svojih gostiju.

Budući da u ugostiteljskoj djelatnosti postoji velik broj direktnih kontakata (između zaposlenika međusobno te između zaposlenika i klijenata) rizik od zaraze je visok. Kako gosti, tako i zaposlenici mogu lako prenijeti infekciju drugim osobama pa se poduzimaju mjere kako bi se taj rizik sve na minimum. Od poslodavca se očekuje da poštuje protokole propisane od strane nadležnih institucija i o istima educira svoje zaposlenike.

Posebno treba posebno paziti na onaj dio populacije kojeg bolest zahvaća u težem obliku (starije zaposlenike, zaposlenike koji boluju od raznih kroničnih bolesti, trudnice...).

Za vrijeme pandemije neminovno i kontinuirano je dolazilo do oboljenja zaposlenika ili članova njihovih obitelji pa su mnogi zbog toga često izostajali s posla. Bilo je bitno da im plaća zbog toga ne bude smanjena kako se ne bi dogodilo da bolesni dolaze na posao i tako šire zarazu.

Digitalna potvrda EU-a o COVID-u je novi dokument nastao u vrijeme pandemije koji služi kao dokaz o cijepljenju, negativnom testu ili preboljenju bolesti COVID-19, a priznaje ga svih 27 država članica EU-a. U rujnu 2021. u zdravstveni sustav Republike Hrvatske također se uvode COVID-potvrde. Nakon toga, dio poslodavaca od zaposlenika traži COVID-potvrdu kao uvjet za rad. Nešto rjeđe ugostitelji COVID-potvrde traže od gostiju koji žele sjesti unutar objekta.



Slika 4: Primjer izgleda kuhara u vrijeme pandemije
Izvor: (jbtc: food safety, a critical matter for your brands reputation)

3.2.2. Prilagodba prostora

Nakon perioda u kojima im je rad bio u potpunosti zabranjen, ugostiteljima se postupno dopušta otvaranje i rad. Kako bi se spriječilo širenje zaraze propisuju se mjere opreza koje su u početku bile toliko rigidne da ih većina ugostitelja nije bila u stanju ispoštovati. (Neki ih nisu mogli ispoštovati zbog male površine objekta a neki iz financijskih razloga jer su im tražene preinake bile preskupa investicija ili su im reducirale mogućnost zarade toliko da otvaranje objekta im ne bi bilo uopće isplativo.)

U Hrvatskoj je spomenute mjere propisivao Stožer civilne zaštite uz konzultacije s Hrvatskim zavodom za javno zdravstvo (HZJZ) a objavljivane su na stranici *koronavirus.hr* i putem medija. Kako je virus slabio i opasnost jenjavala, tako su i mjere opreza bile sve manje zahtjevne. Popis svih donesenih odluka Stožera moguće je vidjeti na linku:

<https://www.koronavirus.hr/odluke-stozera-civilne-zastite-za-sprjecavanje-sirenja-zaraze-novim-koronavirusom/323>

Preinake unutar poslovnog prostora

Za vrijeme trajanja pandemije mjere Stožera civilne zaštite su se mijenjale i prilagođavale zdravstvenoj situaciji. Zajedničko im je da su od ugostitelja tražile pažljivo praćenje i brzu prilagodbu te je njihovo provođenje često bilo povezano s dodatnim financijskim izdadcima.

Kronološko navođenje izmjena zahtijevalo bi previše prostora, pa slijedi popis odredbi koje su se, ili najduže zadržale ili zahtijevale najveće preinake unutar poslovnog prostora ugostiteljskog objekta (po slobodnom odabiru autora)

- Ispred ulaza u ugostiteljski objekt se postavljaju otirači natopljeni dezinfekcijskim sredstvima.
- Na ulaz se postavljaju sredstva za dezinfekciju ruku na bazi alkohola.
- Na ulazu u objekt mora stajati i obavijest o maksimalnom dopuštenom broju gostiju te upute za ponašanje gostiju unutar objekta (nošenje maske, dezinfekcija ruku na ulazu, održavanje socijalne distance i sl.)
- Osim poslovnih prostora, radnih površina, namještaja, kvaka na vratima, rukohvata i sl. dezinficiraju se i razni predmeti koje koristi više ljudi (ključevi, kartice, poslovni telefoni, POS uređaji). Obavljene radnje se dokumentiraju u formi dnevnika čišćenja i dezinfekcije.
- Na podu objekta se postavljaju oznake radi održavanja distance (na mjestima gdje se čeka u redu, kao npr. ispred blagajne).
- Ako je to moguće preporuča se omogućiti konzumaciju na terasi ili drugom prikladnom otvorenom prostoru pored ugostiteljskog objekta.
- Smanjuje se broj stolova i stolica. Stolovi moraju biti razmaknuti (npr. 3m) a propisan je i fizički razmak između pojedinih grupa posjetitelja (npr. 1,5 ili 2m).
- Neko vrijeme se broj posjetitelja računa po formuli da se za svakog gosta u zatvorenom objektu osigura 4 m² površine. Većini objekata je bilo teško ili nemoguće ispuniti taj zahtjev.
- Dopušteno je sjedanje gostiju ali ne i stajanje pa je dio lokala morao promijeniti namještaj odnosno visoke stolove (uz koje se stajalo) zamijeniti niskim stolovima ili kupiti visoke stolice kako bi se moglo sjedati (a ne stajati, kao ranije) uz visoke stolove. Budući da je zabranjeno i stajanje uz šank, bilo je potrebno i tu izvršiti preinake, tj. postaviti visoke stolice.
- Potrebno je redovito ventilirati prostor kako bi se izbjegao prijenos zaraze zrakom. Preporučena temperatura u objektu je 24-27 °C.
- Da bi se izbjeglo približavanje gostiju da bi se bolje čuli tijekom međusobnih razgovora, razina glazbe u lokalu se propisuje do najviše 65 decibela.
- Kako bi se izbjeglo opušteno ponašanje gostiju u noćnim satima ograničava se radno vrijeme lokala (npr. do 22h).
- Osim održavanje socijalne distance između gostiju odnosno između gostiju i konobara potrebno je i ostvarivanje distance između radnika u kuhinji i konobara međusobno. Vrlo često to nije ostvarivo pa se postavljaju zaštitne barijere od pleksiglasa (npr. u kuhinji ili ispred blagajne).



Slika 5: Oglašavanje COVID-19 mjera putem plakata
Izvor: (nbcnews.com - JUNG YEON-JE / AFP via Getty Images)

3.2.3. Dostava i/ili preuzimanje gotovih jela

Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske je 27. studenoga 2020. godine donio „Odluku o nužnim epidemiološkim mjerama kojima se ograničavaju okupljanja i uvode druge nužne epidemiološke mjere i preporuke radi sprječavanja prijenosa bolesti COVID-19 putem okupljanja“ (NN, 35/2022.) U toj Odluci Stožer je naveo tipove ugostiteljskih objekata kojima se dopušta priprema i dostava hrane. U istom dokumentu stoji:

„Navedeni ugostiteljski objekti dostavu, odnosno isporuku hrane mogu vršiti uz pridržavanje svih protuepidemijskih mjera na jedan od sljedećih načina:

1. Osobnim preuzimanjem pred ulazom u ugostiteljski objekt bez ulaska u ugostiteljski objekt
2. Dostavom hrane iz ugostiteljskog objekta vlastitim dostavnim vozilom
3. Dostavom hrane iz ugostiteljskog objekta temeljem ugovora o poslovnoj suradnji sklopljenim između ugostitelja i treće osobe (pravne ili fizičke-obrtnici), koji su registrirani i upisani u Upisnik subjekata u poslovanju s hranom
4. Takozvanim *drive in* načinom.“

Dostava hrane je i ranije bila poznata, međutim zbog COVID-19 pandemije došlo je do njenog velikog porasta. Ugostitelji su morali izabrati jedan ili više navedenih dopuštenih načina dostave. Trebalo je npr. procijeniti je li im isplativije plaćati vlastitog dostavljača i imati vlastito

dostavno vozilo ili koristiti usluge dostavnih službi. Bez obzira na izabrani model trebalo je paziti na socijalnu distancu i ostale zaštitne mjere u trenutku isporuke hrane.

U slučaju kada klijent osobno preuzima (pješice ili *drive in* načinom) i plaća hranu ispred ulaza u ugostiteljski objekt, taj klijent hranu naručuje osobno kod zaposlenika na ulazu ili unaprijed telefonski ili online. Zaposlenici lokala goste upoznaju s okvirnim vremenom kada će hrana biti spremna za preuzimanje i napominju da se hrana ne smije konzumirati na licu mjesta. U ovoj situaciji treba paziti da ne dođe do gužve ispred ugostiteljskog objekta.

Ako se ugostitelj odlučio na dostavu vlastitim dostavnim vozilom, ukoliko to nije ranije radio, trebalo je vozilo prilagoditi na način da se zadovolje sigurnosni i estetski standardi u prijevozu hrane. Automobil ili motocikl je potrebno opremiti odgovarajućim kutijama i sanducima u kojima se pakovanja s hranom neće prevrtati, pritiskati i sl. U slučaju kad ugostitelj dostavlja hranu vlastitim vozilom treba također voditi računa o zdravstvenoj zaštiti zaposlenika koji dostavlja i kupca koji preuzima hranu. Budući da je objekt zatvoren, posao dostavljača je preuzeo jedan od zaposlenika. Zaposleniku je potrebno osigurati dovoljnu količinu zaštitnih i higijenskih sredstava kao što su dezinficijens za ruke, jednokratne maske i rukavice te sredstva za čišćenje sanduka u kojem se prevozi hrana.

Treća varijanta dostave je ona u kojoj ugostitelj sklapa ugovor s dostavnom službom. U Hrvatskoj su, kao posrednici između ugostiteljskih objekata i njihovih klijenata, koriste platforme „Wolt“, „Glovo“ i „Pauza“. Klijenti hranu izaberu i naruče putem pripadajućih aplikacija a dostavljač pripremljenu hranu preuzima i u najkraćem vremenu dostavlja na adresu koju je naručitelj u momentu narudžbe naveo u aplikaciji. Prednost narudžbe putem aplikacije je i činjenica da kupci mogu pratiti status svojih narudžbi i kontaktirati svoje vozače putem aplikacije.



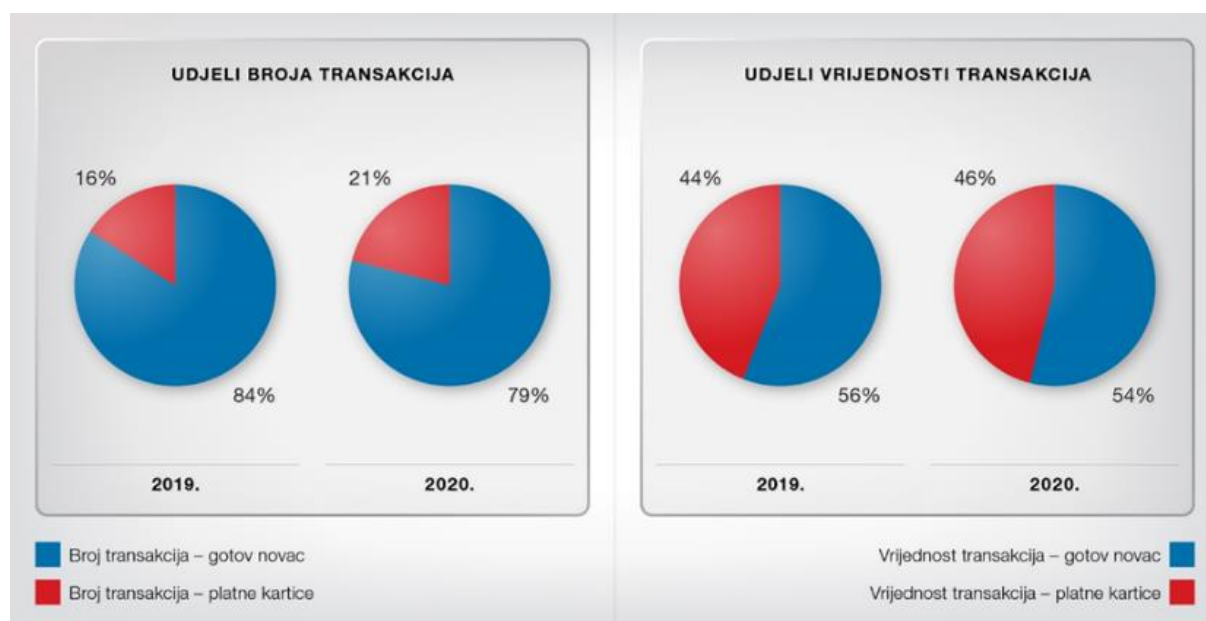
Slika 6: Primjer izgleda dostavljača u vrijeme pandemije COVID-19
Izvor: (FoodNavigator Europe – COVID trends)

Uz sve navedeno, ugostitelj treba i razmisliti o načinu pakovanja hrane koje neće biti preskupo a omogućiti će kvalitetnu dostavu pojedinog jela.

Usko vezano uz dostavu je i pitanje načina naplate dostavljene hrane. Naplata u gotovini (koju preferira starija i siromašnija populacija), kao i plaćanje karticom na POS uređaju, traže relativno blizak kontakt naručitelja i dostavljača. S druge strane, ako je narudžbu platio online, naručitelj može u potpunosti izbjeći direktni susret s dostavljačem. Komunicirati mogu telefonom ili kroz zatvorena vrata, nakon čega, sukladno dogovoru dostavljač ostavlja hranu ispred vrata a klijent istu preuzima nakon što se dostavljač odmakne.

3.2.4. Bezgotovinsko plaćanje

U platnom prometu razlikujemo gotovinsko i bezgotovinsko plaćanje. Plaćanje gotovim novcem smatra se izravna predaja gotovine jedne osobe drugoj, uplata na račun kod ovlaštene organizacije i isplata u ovlaštenoj organizaciji (Mijatović, 2013). Sva plaćanja u kojima se ne koristimo gotovinom kao sredstvom plaćanja nazivamo bezgotovinskim plaćanjima. Najčešće korišteno sredstvo bezgotovinskog plaćanja u Republici Hrvatskoj jest platna kartica. U vrijeme pandemije vrlo uočljivo se smanjuje broj gotovinskih transakcija a povećava udio kartičnog poslovanja u platnom prometu. (Mišić, 2021)



Grafikon 4: Utjecaj pandemije COVID-19 na navike plaćanja u RH

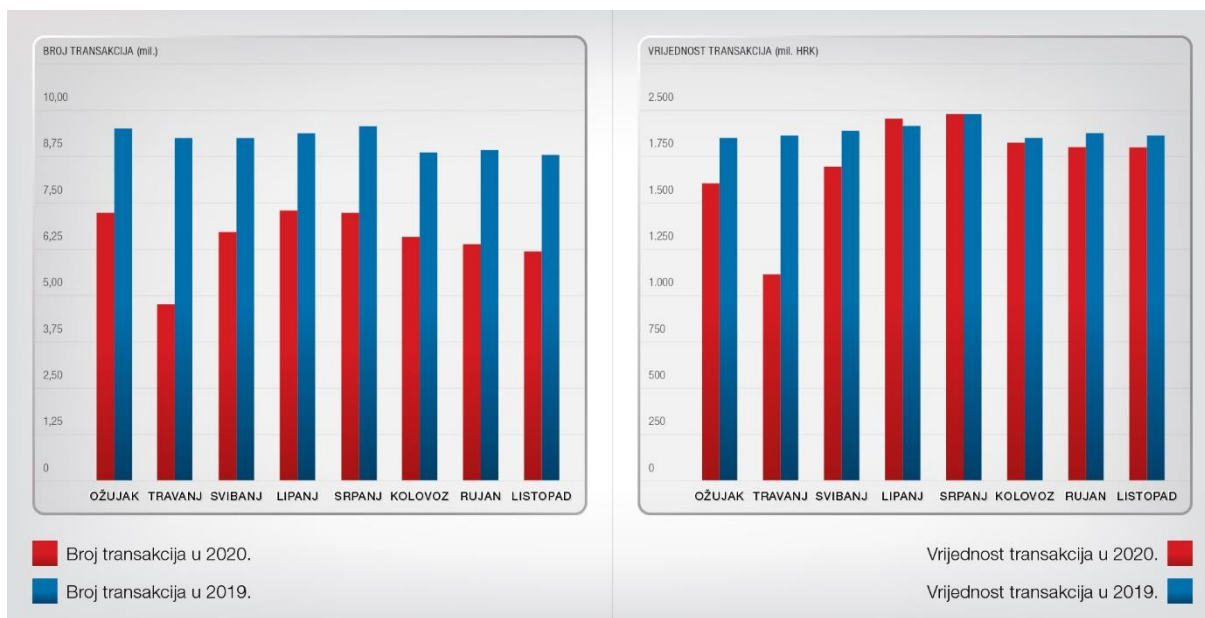
Izvor: (Mišić 2021 Utjecaj pandemije COVID-19 na navike plaćanja u RH)

Plaćanje karticama na način koji zahtjeva potpis ili unos PIN-a u POS-uređaj predstavlja kontakt s (eventualno prljavim) površinama i zahtjeva relativno duži proces plaćanja tj. duži bliski kontakt između gosta i zaposlenika objekta. Beskontaktno plaćanje je urednije i brže. Novije kartice imaju ugrađen čip koji im omogućuje i kontaktno i beskontaktno plaćanje.



Slika 7: Primjer oznake beskontaktnog plaćanja na karticama
Izvor: (vecteezy card vectors collection)

S ciljem smanjenja mogućnosti zaraze korona virusom Hrvatska narodna banka je uputila i preporuku o povećanju maksimalnog iznosa beskontaktno platne transakcije bez upotrebe PIN-a sa 100 na 250 kuna. Sve su se banke i kartične kuće pozitivno odazvale na preporuku. Zbog pandemije se trend prelaska s kontaktnog na beskontaktno kartično plaćanje drastično ubrzao. Iz prikazanog grafikona može se vidjeti veliki pad kontaktnih transakcija u RH u 2020. godini u odnosu na isti period u 2019. godini. (Mišić, 2021)



Grafikon 5: Utjecaj pandemije COVID-19 na kontaktne transakcije u RH
Izvor: (Mišić 2021 Utjecaj pandemije COVID-19 na navike plaćanja u RH)

3.3 Novi trendovi u gastronomiji kao posljedica pandemije

Pandemija COVID-19 trajno je promijenila gastronomiju. Da bi opstali na tržištu nositelji gastro ponude bili su primorani intenzivno razmišljati o mogućim promjenama u poslovanju. U ovom vremena nakon pandemije uočljivo je da su zaživjeli neki novi trendovi i da u nekim aspektima poslovanja povratka na staro neće biti. Pandemija je ubrzala modernizaciju gastronomije (Merckaert, 2023).

Već neko vrijeme živimo u *post-COVID* situaciji i svakodnevno vidimo da su određene promjene u poslovanju ugostitelja izazvane pandemijom trajno zaživjele. Od trendova koji će biti prisutni i ubuduće možemo istaknuti:

1. Promjene sadržaja jelovnika

Zbog pandemije ugostitelji su preoblikovali svoje jelovnike kako bi se prilagodili novonastaloj situaciji. Zbog smanjenja obima posla bilo je mudro smanjiti ponudu, kreirati jednostavnija (i jeftinija) jela, koje se može pripremiti s manje zaposlenika. Oni ugostitelji koji su se više orijentirali na dostavu hrane su također razmišljali koja jela mogu podnijeti transport a da ne izgube puno na kvaliteti. Za opstanak na tržištu ugostitelji će dugoročno morati kontinuirano raditi na prilagodbi jelovnika tražeći onaj koji je u tom tržišnom trenutku najučinkovitiji (Merckaert, 2023).

2. Dostava ili preuzimanje gotovih jela

Iako je narudžba „hrane za van“ postojala i prije, pandemija je taj način konzumiranja hrane učinila veoma popularnim. Ugostitelji su se organizirali, dostavne službe se trude raditi što kvalitetnije i brže. Klijenti više o restoranu ne razmišljaju samo kao o fizičkoj lokaciji koju treba posjetiti te tamo sjesti, naručiti i konzumirati hranu. Posjetiti restoran je danas samo jedna od opcija. Nositelji gastro ponude analiziraju je li im isplativije imati vlastite dostavljače ili koristiti dostavne službe kao vanjske suradnike (Merckaert, 2023).

3. Implementacija novih tehnoloških rješenja

Kako bi pratili nove zahtjeve kupaca, restorani moraju kontinuirano ulagati u novu tehnologiju. Moderna tehnologija u restoranu uključuje mogućnost naručivanja telefonom ili online, od kuće ili za stolom u restoranu. Današnji gost ne preferira papirnati jelovnik nego očekuje onaj u elektronskom (*QR-Code*) obliku. Moderni ugostiteljski objekti moraju imati moderne POS uređaje koji omogućuju beskontaktno plaćanje karticom ili mobitelom. Vežano za tehnološke inovacije važno je također kontinuirano obučavati zaposlenike kako koristiti nove tehnologije (Merckaert, 2023).

4. Razvoj virtualnih restorana

Činjenica da sve manje ljudi želi gubiti vrijeme na odlazak i sjedanje u restoranu odnosno sve češće se odlučuje za dostavu gotovih obroka na posao ili kućnu adresu. Posljedično dolazi i do promjena u organizaciji prostora unutar ugostiteljskog objekta. Prostor sa stolovima se

smanjuje a prostor kuhinje tj. prostor za pripremu i izdavanje hrane za dostavu se povećava. Kao rezultat tog trenda pojavljuju se restorani koji u potpunosti ukidaju dio za sjedanje i zadržavaju samo pult za izdavanje hrane i kuhinju. Za takav ugostiteljski objekt u engleskom jeziku se koriste izrazi: *Dark kitchen*, *Ghost kitchen* ili *Cloud kitchen* (Merckaert, 2023).

5. Otvaranje ogranaka – *Spin-off* objekata

Vlasnici ugostiteljskog objekta koji već ima ugled na tržištu ne žele mijenjati ponudu tog restorana nego otvaraju ogranke (tzv. *Spin-off* objekte) u kojima nude jednostavniju, jeftiniju varijantu jelovnika te na taj način pokušavaju ne razočarati ni izgubiti postojeće klijente a istovremeno doprijeti do novih. Imidž postojećeg restorana funkcionira kao magnet koji privlači goste u novi objekt (Merckaert, 2023).

Kao primjer *Spin-off* restorana u Dubrovniku možemo spomenuti: prepoznatljivi Pantarul i novootvoreni Pantarulić.



Slika 8: Restoran Pantarul
Izvor: (Autor)



Slika 9: Restoran Pantarulić
Izvor: (Autor)

6. Povećana sigurnost i higijena

Sigurnost i higijena u gastronomiji su uvijek bili bitni, ali pandemija je pojačala oprez kod klijenata te će ugostitelji kontinuirano morati paziti na taj aspekt poslovanja i ubuduće. Osim održavanja visokog standarda higijene potrebno je o istom informirati goste kako bi oni imali osjećaj povjerenja (Merckaert, 2023).

7. Problem sa stručnom radnom snagom

Za vrijeme pandemije mnogi su zaposlenici izgubili posao u gastronomiji, zaposlili se negdje drugo i ne planiraju povratak. Ugostitelji se, sada, kad se poslovanje oporavlja, suočavaju s nedostatkom radne snage, pogotovo stručne. Vlasnici ugostiteljskih objekata se moraju truditi tražiti radnu snagu puno šire od regije u kojoj djeluju, privući radnike povoljnim uvjetima (plaća, smještaj, hrana) te iste što brže i kvalitetnije osposobiti za rad u svom objektu. Velika fluktuacija radne snage u ugostiteljstvu je problem koji je bio prisutan i prije pandemije ali je sad još uočljiviji (Merckaert, 2023).

8. Društvena angažiranost restorana

Pandemija je za čitav svijet značila i jedno novo iskustvo koje je utjecalo i na psihi i emocije ljudi, pa tako potrošači i od ugostitelja očekuju veću empatiju i društvenu odgovornost. To je novi faktor kojeg ugostitelji mogu iskoristiti za poboljšanje svog poslovnog uspjeha. Primjeri takvog djelovanja su: kvalitetniji odnos prema vlastitim zaposlenicima, učestvovanje u humanitarnim ili društvenim projektima u zajednici, smanjivanje otpada, recikliranje. Iako nije riječ o konkretnim promjenama u gastro ponudi, takve promjene u ponašanju podižu ugled i popularnost pojedinog ugostitelja te na taj način doprinose povećanju posjećenosti, prometa i profita (Merckaert, 2023).

„Nakon što je jedno od najtežih razdoblja za industriju (skoro) prošlo, ugostiteljska industrija je dokazala da je otporna, maštovita i spremna da nastavi napredovati. No budući potezi odredit će uspjeh restorana. Ključ ovdje nije samo nastavak svakodnevnih operacija, već prilagođavanje novim trendovima koji su važni kupcima. Restoran budućnosti spreman je okrenuti se digitalnom naručivanju, koristeći nove restoranske tehnologije za povećanje operativne učinkovitosti i pojednostavljenje poslovnih tokova. Također razumije kako osmisliti vrhunski jelovnik i kako učinkovito obučiti i zadržati radnike. Restoran budućnosti ostaje u skladu s onim što je njegovim klijentima najvažnije i u skladu s tim poboljšava korisničko iskustvo. Kako bi osigurali svoj budući uspjeh, restorani moraju ostati agilni i imati sposobnost brzog djelovanja ovisno o poslovnim uvjetima i ograničenjima.“ (Merckaert, 2023)

4. ZAKLJUČAK

Posljedice pandemije COVID 19 na poslovanje nositelja gastro ponude su bile drastične. U periodu dužem od tri godine nositelji gastro ponude bili su suočeni s različitim izazovima. Države su raznim mjerama pokušavale zaštititi zdravlje ljudi čime su istovremeno djelomično ili u potpunosti onemogućavale rad gospodarskim subjektima. Prvi izazov za nositelje gastro ponude bio je opstati ili propasti. Sljedeći izazov je bio nastaviti s radom u situaciji velikih promjena na tržištu i promjenama u prehrambenim navikama ljudi. Ugostitelji su morali naći način kako vratiti stare i dobiti nove klijente.

Jelovnik, kao glavno sredstvo privlačenja klijenata doživio je velike promjene, kako u sadržajnom, tako i u tehničkom smislu. Rijetki su ugostiteljski objekti u potpunosti zadržali raniju ponudu; većina je smanjila raznolikost jela fokusirajući se na ona najpopularnija. Osmišljavaju se jednostavniji i jeftiniji jelovnici. U pripremi jela se sve više koriste zdrave lokalne namirnice. Također se vodi računa da jela sadrže hranjive sastojke koje preporučuju nutricionisti. Kako bi se kontakti sveli na minimum, uvode se papirnati jednokratni jelovnici koje uskoro, gotovo u potpunosti, zamjenjuju *QR-Code* tj. digitalni jelovnici.

Novonastala situacija je također zahtijevala promjene u radu zaposlenika, novu organizaciju prostora, sve u svrhu održavanja higijene, socijalne distance i očuvanja zdravlja kako gostiju tako i zaposlenika. Iako je postojala i ranije, dostava gotovih jela je u doba pandemije doživjela veliki napredak i definitivno postala neizostavan segment u ponudi mnogih ugostitelja. U segmentu plaćanja vidljiv je veliki porast bezgotovinskih plaćanja u odnosu na gotovinska.

Određeni trendovi izazvani pandemijom su prisutni i danas a vidljivo je i da će se nastaviti ubuduće. Tako ne možemo ni zamisliti povratak na uvezane kožne jelovnike koji se godinama koristili ili povratak na isključivo plaćanja gotovinom. I ubuduće će se u ugostiteljstvu zadržati visoki higijenski i sigurnosni standardi. U vrijeme pandemije COVID-19 došlo je do velikog odljeva stručne radne snage te nije realno očekivati da će se taj problem uskoro riješiti.

Kako bi bili konkurentni, nositelji gastro ponude će nastaviti biti fleksibilni u smislu kreiranja jelovnika, načina dostave i naplate koji klijentima najviše odgovaraju. Zbog porasta dostave prostor za konzumaciju u objektu se smanjuje a otvaraju se ogranci ili potpuno novi objekti, virtualni restorani, koji isključivo rade pripremu i dostavu hrane.

Ovaj bi rad mogao poslužiti kao poticaj domaćim nositeljima gastro ponude da razmotre trendove koji su uočeni u razvijenijim zemljama te analiziraju i po potrebi unaprijede svoje poslovanje na način koji je uočen kod drugih nositelja gastro ponude. To bi u konačnici dovelo do većeg zadovoljstva klijenata, većeg profita ugostitelja i pozitivno bi utjecalo na ugled Dubrovnika kao turističke i gastro destinacije.

LITERATURA

Anon., 2020. *www.dotfoods.com*. [Mrežno]

Available at: <https://www.dotfoods.com/newsroom/devour-by-dot-blog/10-ways-menus-have-changed-during-covid-19/>

[Pokušaj pristupa 15. 09. 2023.].

Anon., 2020. *www.plavakamenica.hr*. [Mrežno]

Available at: <https://plavakamenica.hr/2020/12/11/esplanadina-dostava-napravila-je-velik-korak-naprijed-sami-kod-kuce-dovrsavate-jela-sto-je-izvrsno-i-zabavno/>

[Pokušaj pristupa 14. 09. 2023.].

Anon., 2021. *Guetsel.de*. [Mrežno]

Available at: <https://www.guetsel.de/content/guetersloh/32705/gastronomie-in-der-corona-krise-neue-zeiten-neue-kunden-neues-denken.html>

[Pokušaj pristupa 14. 09. 2023.].

Anon., 2023. *www.menulabs*. [Mrežno]

Available at: <https://get.menulabs.com/qr-code-menu/the-ultimate-guide-for-restaurants/>

[Pokušaj pristupa 15. 09. 2023.].

Anon., n.d. s.l.:an.

Bendeković, J. ., N. D. i. N. I., 2015. *Food safety and food quality in the supply chain*. Zagreb, an.

Bubaš, M. i. C. K., 2022. *Povratak zdravlja i snage nakon COVID-19*. Donja Stubica: HZJZ.

Čavrak, V., 2003. Makroekonomija krize COVID-19 i kako pristupiti njenom rješavanju. *Seriya članaka u nastajanju*, p. 16.

EIT, 2020. *COVID-19 impact on consumer food behaviours in Europe*, s.l.: EIT Food.

Górnicka M., D. M. E. Z. M. A. ., H. J., 2020. Dietary and Lifestyle Changes During COVID-19 and Subsequent Lockdowns among Polish Adults. *Nutriens*, Issue 12:2324.

HLZ, 2021. *www.enciklopedija.hr*. [Mrežno]

Available at: <https://www.enciklopedija.hr/>

[Pokušaj pristupa 14. 09. 2023.].

HZJZ, 2020. *COVID-19 - Priopćenje prvog slučaja*. Zagreb: Hrvatski zavod za javno zdravstvo.

Knežević S., S. L. i. B. I., 2022. Utjecaj COVID-19 pandemije na tržište rada u istočnoj Hrvatskoj. *Marsonia*, pp. 75-85.

McCafferty, H., 2020. *Fine dining lovers*. [Mrežno]
Available at: <https://www.finedininglovers.com/article/why-do-we-cook-in-crisis>
[Pokušaj pristupa 14. 09. 2023.].

Merckaert, G., 2023. *www.get.apicbase.com*. [Mrežno]
Available at: <https://get.apicbase.com/de/gastronomie-nach-corona/>
[Pokušaj pristupa 15. 09. 2023.].

Mijatović, E. i. P. D., 2013. Aktivnosti financijskih institucija RH s ciljem usklađivanja s EU sustavom platnog prometa. *Učenje za poduzetništvo*, pp. 118-130.

Mišić, T., 2021. *Utjecaj pandemije COVID-19 na navike plaćanja u RH*, s.l.: Hrvatska narodna banka.

MROSP, 2020. *Uputa za poslodavce i radnike - COVID-19*. ZAGREB: Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike.

NN, 32/2020. Odluka o mjerama ograničavanja društvenih okupljanja, rada u trgovini, uslužnih djelatnosti i održavanja sportskih i kulturnih događanja“. *Narodne Novine*, Issue 32

NN, 35/2022.. Odluka o nužnim epidemiološkim mjerama kojima se ograničavaju okupljanja i uvode druge nužne epidemiološke mjere i preporuke radi sprečavanja prijenosa bolesti COVID-19 putem okupljanja. *Narodne Novine*, Svezak 35.

NN, 51/2023. Odluka o proglašenju prestanka epidemije bolesti COVID-19 uzrokovane virusom SARS-COV-2. *Narodne Novine*, Issue 51.

OECD, 2020. *www.oecd.org*. [Mrežno]
Available at: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/food-supply-chains-and-covid-19-impacts-and-policy-lessons-71b57aea/>
[Pokušaj pristupa 14. 09. 2023.].

Scarmozzino, F. i. V. F., 2020. Covid-19 and the Subsequent Lockdown Modified Dietary Habits of Almost Half the Population in an Italian Sample. *Foods*, Issue 9:675.

Sidor, A. i. R. P., 2020. Dietary Choices and Habits during COVID-19 Lockdown: Experience from Poland. *Nutrients*, Issue 12:1657.

Vince, A., 2020. COVID-19, pet mjeseci kasnije. *Liječnički vjesnik*, Vol. 142 No. 3-4, pp. 55-63

WHO, 2020. *www.who.int*. [Mrežno]
Available at: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
[Pokušaj pristupa 14. 09. 2023.].

WHO, 2020. *www.who.int*. [Mrežno]
Available at: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical->

[guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](#)

[Pokušaj pristupa 14. 09. 2023.].

WHO, 2023. *www.who.int*. [Mrežno]

Available at: <https://www.who.int/europe/emergencies/situations/covid-19>

[Pokušaj pristupa 14. 09. 2023.].

Popis tablica

Tablica 1: Hranjive tvari koje utječu na imunološki sustav.....10

Popis grafikona

Grafikon 1: Promjene u kupovini hrane u vrijeme COVID-19 pandemije.....8

Grafikon 2: Promjene u kuhanju i vremenima obroka u vrijeme COVID-19 pandemije.....8

Grafikon 3: Povećanje konzumacije prehrambenih proizvoda u vrijeme COVID-19 pandemije.9

Grafikon 4: Utjecaj pandemije COVID-19 na navike plaćanja u RH.....26

Grafikon 5: Utjecaj pandemije COVID-19 na kontaktne transakcije u RH.....27

Popis slika:

Slika 1: Mediteranska prehrana.....12

Slika 2: Primjer lijepo uređenog jelovnika.....14

Slika 3: Moderna prezentacija jelovnika.....17

Slika 4: Primjer izgleda kuhara u vrijeme pandemije.....22

Slika 5: Oglašavanje COVID-19 mjera putem plakata.....24

Slika 6: Primjer izgleda dostavljača u vrijeme pandemije COVID-19.....25

Slika 7: Primjer oznake beskontaktnog plaćanja na karticama.....27

Slika 8: Restoran Pantarul.....29

Slika 9: Restoran Pantarulić.....29

IZJAVA O AUTORSTVU I IZVORNOSTI RADA

kojom ja **Karlo Barbir (0275070420)**, izjavljujem pod punom moralnom odgovornošću da:

- sam završni/diplomski rad pod naslovom: Prilagodba gastro ponude uvjetima izazvanim COVID-19 pandemijom, na studiju: **Hotelijerstvo, restoraterstvo i gastronomija**, izradio samostalno, pod mentorstvom **dipl. ing. Marije Vezilić**.
- sam u izradi koristio navedenu literaturu i pri tome se pridržavao etičkih standarda u citiranju i korištenju izvora te niti jedan dio rada nije izravno preuzet iz tuđih radova.
- sam suglasan da se sadržaj moga rada trajno pohrani i objavi u Repozitoriju Sveučilišta u Dubrovniku te se time, putem interneta učini javno i bez naknade dostupan **svima**.
- sadržaj moga rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i eventualno nakon obrade uređenog rada.
- sam prilikom korištenja slika s interneta poštovao autorska prava.

Ime i prezime studenta:
Karlo Barbir

Potpis



U Dubrovniku, 10.9.2023.